GERMANISTISCHE LINGUISTIK

Herausgegeben vom Forschungszentrum Deutscher Sprachatlas

246-247 | 2019

Hans W. Giessen
Hartmut E. H. Lenk (Hrsg.)

Persuasionsstile in Europa IV

Typen und Textmuster von Kommentaren in Tageszeitungen

OLMS



Redaktionsanschrift: 35032 Marburg/Lahn, Pilgrimstein 16
E-Mail: gl@deutscher-sprachatlas.de



Georg Olms Verlag
Hildesheim · Zürich · New York
2020

Hans W. Giessen / Hartmut E. H. Lenk (Hrsg.)

Persuasionsstile in Europa IV

Typen und Textmuster von Kommentaren in Tageszeitungen



Georg Olms Verlag
Hildesheim · Zürich · New York
2020

Germanistische Linguistik erscheint 4-6 mal jährlich.
Ab 1985 werden die Hefte unter Berücksichtigung der bisher erschienenen fortlaufend durchnummeriert. Vorschlag für die Zitierweise:
GL Heft-Nummer, Jahr, Seite (z. B. GL 79-80. 1985, …).

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über *http://dnb.d-nb.de* abrufbar.

www.olms.de
E-Book

Umschlaggestaltung: Anna Braungart, Tübingen

ISBN 978-3-487-42278-7

Inhalt

HANS W. GIESSEN/HARTMUT E. H. LENK

Typen und Textmuster von Kommentaren in Tageszeitungen europäischer Länder

Vorbemerkungen der Herausgeber

Abstract

In this preface, the editors introduce the research project *Styles of persuasion in Europe*, which brought together about 20 researchers from nine European countries. Its subject was commentary texts (i.e. op-eds) from daily newspapers in Europe. The objective of the papers in this volume is to analyse and compare the typical textual structures of this text type as well as to contrast the persuasion strategies and preferred linguistic means used in the texts, which belong to different communicative cultures in the countries concerned, and represent different types of newspaper, newspaper departments, and journalistic teams.

1. Das Projekt *Persuasionsstile in Europa* (2011–2018)

Die Beiträge des vorliegenden Bandes gehen auf das vierte Treffen der am Projekt *Persusasionsstile in Europa* beteiligten Forscherinnen und Forscher zurück, das im Juni 2016 in Helsinki stattfand. Die Ausgangsüberlegungen und Fragestellungen des Projekts sind in LENK/VESALAINEN (2012) dargestellt, seine Entwicklung wird in LENK (2016) und (2017) sowie GIESSEN/LENK (2017) beschrieben. Im ersten Projektband (LENK/VESALAINEN [Hrsg.] 2012) wurden das Forschungsfeld umrissen, zentrale Begriffe diskutiert und verschiedene Methoden der kontrastiven Beschreibung von Kommentartexten in verschiedenen Medien, Sprachen, Ländern und medialen Kulturen erprobt. Der zweite Projektband (LENK [Hrsg.] 2016) befasste sich v. a. mit dem Vorkommen, d. h.

der Häufigkeit und Relevanz, sowie den formalen Eigenschaften von Kommentartexten in den Tageszeitungen der einbezogenen Länder unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Zeitungstypen. Damit wurde, aus der Perspektive der meinungsbetonten Texte, zugleich eine Beschreibung der Zeitungslandschaft von zwölf europäischen Ländern vorgenommen, ergänzt um die erste deutschsprachige Vorstellung des *Potsdamer Kommentarkorpus*, das für Zwecke der computerlinguistischen Forschung erstellt wurde und genutzt wird. Der dritte Projektband (GIESSEN/LENK [Hrsg.] 2017) rückte die Methoden eines Vergleichs von Kommentartexten in den Mittelpunkt. Sie wurden an Beispieltexten aus dem *Helsinkier Kommentarkorpus* erläutert, die entweder die Wahl des Papstes Franziskus und/oder die Finanzkrise in Zypern zum Gegenstand hatten: Beide Ereignisse fielen in den Erfassungszeitraum des Korpus (11. bis 24. März 2013) und bildeten darin – was bei der Planung der Zusammenstellung keineswegs absehbar war – thematische Schwerpunkte (mit allerdings unterschiedlichem Gewicht in den Kommentaren aus den involvierten Ländern).

Bei dem vierten Projekttreffen, das vom 1. bis 3. Juni 2016 wiederum an der Universität Helsinki stattfand, sollte es nun darum gehen, Typen von Kommentartexten ausfindig zu machen und ihre Textmuster zu beschreiben. Wo und unter welchen medialen oder sonstigen kommunikativen und kulturellen Bedingungen sich welche Typen und Muster von Kommentartexten etablieren, war eine erst im Ergebnis der Forschungstätigkeit zu klärende Frage. Die Antworten darauf fielen durchaus unterschiedlich aus (vgl. dazu Abschnitt 2). Sowohl in verschiedenen Zeitungstypen (v. a. im Kontinuum von der Qualitäts- bis zur reißerischen Boulevardpresse mit entsprechenden Übergangsformen, die in verschiedenen Ländern differieren) als auch in verschiedenen Ressorts der Blätter (u. a. Politik, Wirtschaft, Sport) weisen Kommentartexte verschiedene typische Eigenschaften auf. Das gilt sowohl für die textuelle Ebene (die Textlänge, die Makro- und Argumentationsstruktur), für die Themenverteilung, die eingesetzten Stil- und Kommentierungsmuster als auch für sprachliche Eigenschaften wie die Satz- und Absatzlänge, die bevorzugten metaphorischen Konzepte oder die Formen des Bewertens.

Das abschließende fünfte Projekttreffen fand im Juni 2018 in Helsinki statt. Hier ging es um den interkulturellen Vergleich von Kommentartexten und den für sie jeweils typischen Muster und Eigenschaften. Die Publikation der Beiträge dieses Workshops erfolgt in GIESSEN/LENK ([Hrsg.] i. V.).

2. Zu den Beiträgen des vorliegenden Bandes

Bei der Mehrzahl der 2016 am Workshop *Persuasionsstile in Europa IV* beteiligten ForscherInnen handelt es sich um GermanistInnen, die in verschiedenen Ländern Europas tätig sind und überwiegend die Kommentartypen aus Tageszeitungen in ihren Ländern unter den o. g. Aspekten beschreiben. Hinzu kommen ein Romanist und zwei AnglistInnen, die sich mit Kommentaren aus Zeitungen ihrer Zielsprachenländer befassen, und ein Journalistenausbildner aus Deutschland.

Die Anordnung der Beiträge folgt geographischen Gesichtspunkten und beginnt mit Kommentartexten aus dem Norden über die Mitte Europas hin zum Süden des Kontinents.

Folglich stehen Typen und Textmuster von Kommentaren in schwedischsprachigen Zeitungen am Anfang des Bandes. ANITA MALMQVIST und MARIANN SKOG-SÖDERSVED untersuchen dabei sowohl Texte aus Zeitungen Schwedens als auch solche aus Finnland, wo Schwedisch die zweite Landessprache ist. Nach einem Einblick in die deutsche und schwedische Textsortenlinguistik befassen sie sich v. a. mit verschiedenen textuellen und sprachlichen Eigenschaften von Textsortenvarianten des Kommentars in schwedischsprachigen Tageszeitungen verschiedenen Typs. Dabei gehen sie unter Einbeziehung zahlreicher Belege z. B. auf Verallgemeinerungsstrategien, Konnektoren, Kommentaradverbien und Modalverben sowie Verben und Adjektive des Meinens ein.

MARTIN KALTENBACHER befasst sich mit Bewertungsmustern in meinungsbetonten Texten aus britischen Tageszeitungen. Der Analyse legt er die *appraisal theory* nach IEDEMA u. a. (1994) zu Grunde, deren Grundbegriffe eingangs erklärt und mit Beispielen erläutert werden. In der Analyse vergleicht er die verschiedenen Formen der sog. *journalistic*

voices beim Bewerten in Kommentaren aus den drei englischen Zeitungstypen *down-market*, *mid-market* und *up-market papers*. Als Ergebnis zeigt sich eine Bevorzugung jeweils bestimmter Bewertungsmuster in den Textsorten Bericht, Leitartikel, Kommentar und Kolumne, und zwar differenziert auch in Abhängigkeit vom jeweiligen Zeitungstyp.

Einen Vergleich von Kommentierungstypen in britischen Qualitätszeitungen und den *mid-market papers* nimmt MELANIE ANNA KERSCHNER vor, und zwar v. a. nach dem Kriterium der Personalisierung mittels Personalpronomen und Personifizierungen. In der Analyse gelangt sie zur Unterscheidung von vier Kommentierungstypen: dem (lebens-)beratenden, instruktiven Kommentar; dem persönlichen Kommentar, der die eigenen Erfahrungen des Autors beschreibt; dem situationsbeschreibenden persönlichen Kommentar; dem allgemein beobachtenden Kommentar. Die Wahl des Kommentartyps hängt zum einen vom Thema des Textes, zum anderen vom Zeitungstyp ab.

Die fünf folgenden Beiträge befassen sich mit Kommentaren in Tageszeitungen aus den deutschsprachigen Ländern.

EDMUND SCHALKOWSKI geht vor dem Hintergrund der Argumentationstheorie der Frage nach, inwiefern der gewählte Persuasionstyp für eine Unterscheidung von Typen meinungsbetonter Texte geeignet ist. Im Spannungsfeld von Konstruieren einerseits und Argumentieren (mit den Subkategorien Erklären, Bewerten und Interpretieren) andererseits werden die Textsorten Analyse, Leitartikel, Kommentar, Kunstkritik sowie Glosse, Polemik, Lokalspitze und „Feuilleton" verortet. Die Darstellung erfolgt anhand konkreter Beispieltexte aus berufener Feder.

HANS W. GIESSEN untermauert mittels einer Analyse der Satz- und Absatzlänge in Texten aus dem *Helsinkier Kommentarkorpus* zum einen die in einer früheren Studie (GIESSEN 2012) ermittelten Unterschiede zwischen fünf Typen von bundesdeutschen Tageszeitungen: Qualitätszeitungen; Qualitätszeitungen mit Boulevardisierungstendenzen; Regionalzeitungen aus urbanem Umfeld; Regionalzeitungen aus ländlichem Umfeld; Boulevardzeitungen. Zum anderen ermittelt er Unterschiede bei der Satz- und Absatzlänge auch in Kommentaren aus unterschiedlichen Ressorts (v. a. Politik und Wirtschaft einerseits und Sport andererseits).

Satzlänge und -komplexität sind zentrale Kategorien auch in der Analyse, die HARTMUT E. H. LENK in Bezug auf Kommentare aus Boulevardzeitungen der drei großen deutschsprachigen Länder vornimmt. Bezüglich der Satzlänge ergab die Analyse, dass in den untersuchten Kommentaren österreichischer Boulevardblätter lange Sätze deutlich häufiger verwendet werden als in den betreffenden Texten bundesdeutscher und Deutschschweizer Straßenverkaufszeitungen. Gleiches gilt für die Zahl der Nebensätze. Insgesamt weisen die syntaktischen Eigenschaften die Kommentare in Boulevardzeitungen jedoch als eine eigene Textsortenvariante aus. Das gilt auch für die Themenverteilung: Bei der Ressortzugehörigkeit stellt der hohe Anteil von Sportkommentaren offensichtlich ein charakteristisches Merkmal von Kommentaren in diesem Zeitungstyp dar.

Mit Sportkommentaren in Tageszeitungen aus Deutschland, Österreich und der Deutschschweiz befasst sich der Beitrag von MANUEL ACKERMANN. Dabei werden sowohl Abonnement- als auch Boulevardzeitungen berücksichtigt. Er ermittelt die Anzahl von Illokutionstypen, die in den jeweiligen Texten auftreten. Die Analyse erbrachte einen überraschend hohen Anteil an Informationshandlungen, wobei deren Anteil in den Sportkommentaren der Boulevardzeitungen noch höher ausfällt als in den betreffenden Texten der Abonnementzeitungen. Im Ländervergleich trat zutage, dass der Anteil des BEWERTENS in den Deutschschweizer Sportkommentaren deutlich höher ausfiel als in den entsprechenden Texten aus Deutschland und Österreich.

Im Beitrag von ZOFIA BILUT-HOMPLEWICZ, AGNIESZKA MAC und IWONA SZWED geht es um die Übereinstimmungen und Unterschiede in Kommentaren überregionaler, regionaler und lokaler Zeitungen aus Polen. Im Fokus stehen die Mittel, mit denen Kommentatoren beabsichtigte Urteile ausdrücken. Die Autorinnen entwickeln ein methodisches Vorgehen, um Urteile in Kommentaren zu analysieren. Damit werden Typen und Muster in den untersuchten Kommentaren wie auch mögliche Gründe für ihre Nutzung unterscheidbar.

Im Beitrag von EWA DREWNOWSKA-VARGÁNÉ werden Persuasionsstile und rhetorisch-stilistische Mittel in 32 politischen Kommentaren

aus nationalen und lokalen Tageszeitungen Ungarns vom März 2013 analysiert. Die Autorin unterscheidet drei Teildiskurse: einen rechtskonservativen, einen linksorientierten/linksliberalen und einen Teildiskurs mit Texten ohne explizite politische Zuordnung. In allen drei Teildiskursen nehmen Standpunktkommentare den größten Anteil ein, wobei in den politisch nicht eindeutig ausgerichteten Kommentaren der Anteil dialektischer Kommentare höher ausfällt als in den beiden anderen Teildiskursen. Unterschiede zeigen sich bei der bevorzugten Reihenfolge der Textbausteine und teilweise auch bei den Persuasionsstilen, womit die Autorin v. a. die Bevorzugung reflektierender, ästhetisierender und emotionalisierender Textgestaltung bzw. deren Kombinationen meint. Unterschiede treten außerdem bei präferierten rhetorisch-stilistischen Maßnahmen wie metaphorisch suspendierte Verweisung und Modalitätenwechsel zutage.

Auch HEINZ-HELMUT LÜGER geht es um die Frage, auf welche Weise sich spezifische Muster von Kommentartexten, die zunächst im Feld meinungsbetonter Texte verortet werden, unterscheiden lassen. In der Analyse von Kommentaren aus der französischen Tagespresse überprüft der Autor zwei Hypothesen. Zum einen geht er davon aus, dass kommentarspezifische Muster sich vor allem durch graduelle Unterschiede und weniger durch scharfe Grenzen auszeichnen. Zum anderen können sich kommentarspezifische Muster auf allen Ebenen der Textbildung etablieren. Dies wird in der anschließenden Analyse unter besonderer Berücksichtigung des Begriffs der Zusatzhandlung gezeigt, womit einige bisher weniger beachtete Möglichkeiten der Musterdifferenzierung ausgelotet werden.

Kommentare aus Italien untersucht der Beitrag von CLAUDIA BUFFAGNI. Nach einem kurzen Blick auf allgemeine Aspekte italienischer Kommentare konzentriert sich die Autorin auf sechs repräsentative Tageszeitungen des Landes und unterzieht schließlich zwei Leitartikel (aus *L'Unità* und *Libero*) zum Thema Papstwahl einer exemplarischen Analyse. Dabei gelingt ihr der Nachweis, dass und inwiefern Kommentare in diesen beiden Zeitungen bezüglich Syntax und Stil innovative Merkmale aufweisen.

Kommentare aus überregionalen Tageszeitungen Griechenlands und Bulgariens sind der Gegenstand des Beitrags von MIKAELA PETKOVA-KESSANLIS. Dabei richtet sich ihr Fokus auf eine ansonsten eher selten untersuchte Textsortenvariante: den Kurzkommentar. Kurzkommentare seien zumindest in der griechischen Qualitätspresse, mit Ausnahme einer Tageszeitung, eher untypisch, während sie in der bulgarischen Presse sehr verbreitet sind, was offenbar weitgehend damit zusammenhängt, dass es in Bulgarien überwiegend Boulevardzeitungen gibt. Die Autorin betont aber, dass die bulgarischen Kurzkommentare, auch wenn sie formal als solche bezeichnet werden, tatsächlich kein kommentierendes Handeln im Sinne des Prototyps journalistischen Kommentierens darstellten.

***

Als Herausgeber bedanken wir uns bei den AutorInnen für die aufgebrachte Mühe und für die bewiesene Geduld. Außerdem danken wir der Forschergemeinschaft CoCoLaC[1] an der Universität Helsinki für die finanzielle Unterstützung, die die Ausrichtung des Workshops im Juni 2016 erst möglich machte. Für die Hilfe beim Korrekturlesen danken wir den studentischen Hilfskräften Tuuli Rajamäki und Jaakko Kelaranta. Schließlich gebührt unser Dank dem Verlag Georg Olms und der Redaktion der Germanistischen Linguistik am Deutschen Sprachatlas in Marburg für die Aufnahme des Bandes in die Reihe.

Literatur

Giessen, Hans W. (2012): „Was nun, Herr Obama?“ Eine quantitative textanalytische und medienlinguistische Untersuchung deutschsprachiger Kommentare über die US-amerikanischen *Midterm Elections* im November 2010 aus unterschiedlichen Zeitungskategorien, samt Versuch einer Kategorisierung. In: Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.), 159–189.

1 Siehe https://www.helsinki.fi/en/researchgroups/comparing-and-contrasting-languages-and-cultures.

Giessen, Hans W./Lenk, Hartmut E. H. (2017): Linguistische Methoden zur vergleichenden Analyse von Kommentartexten in Tageszeitungen europäischer Länder. Vorbemerkungen der Herausgeber. In: Giessen, Hans W./ Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 7–12.

Giessen, Hans W./Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.) (2017): Persuasionsstile in Europa III: Linguistische Methoden zur vergleichenden Analyse von Kommentartexten in Tageszeitungen europäischer Länder. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 232–233).

Giessen, Hans W./Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.) (i. V.): Persuasionsstrategien und -mittel aus kulturkontrastiver Sicht. Berlin.

Iedema, Rick/Feez, Susan/White, Peter R. R. (1994): Media Literacy. Write It Right Industry Research Monograph, Vol. II. Sydney.

Lenk, Hartmut E. H. (2016): Zur Entwicklung des Projekts *Persuasionsstile in Europa* und des *Helsinkier Kommentarkorpus*. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 7–20.

Lenk, Hartmut E. H. (2017): Das *Helsinkier Kommentarkorpus*: Grundlage und Teilergebnis des Projekts *Persuasionsstile in Europa*. In: Tarvas, Mari/ Marten, Heiko F./Johanning-Radžienė, Antje (Hrsg.): Triangulum. Germanistisches Jahrbuch für Estland, Lettland und Litauen. 21. Folge: Beiträge des 10. Nordisch-Baltischen Germanistentreffens (Tallinn, 10.–13. Juni 2015). Bonn, 83–92.

Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.) (2016): Persuasionsstile in Europa II: Kommentartexte in den Medienlandschaften europäischer Länder. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 229–231).

Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (2012): Der Kommentar als persuasiver Text. Vergleichende Untersuchungen zu einer meinungsbetonten Textsorte in europäischen Massenkommunikationsmedien. In: Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.), 7–32.

Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.) (2012): Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 211–212).

ANITA MALMQVIST/MARIANN SKOG-SÖDERSVED

Typen und Textmuster von Kommentaren in schwedischsprachigen Tageszeitungen

Abstract

This study aims to investigate the textual characteristics of the editorial and the commentary in one daily newspaper from Sweden, *Dagens Nyheter* (*DN*), and one from Finland, *Hufvudstadsbladet* (*HBL*). Furthermore, a contrastive analysis seeks to identify similarities and differences between the two subcorpora. The material comprises 20 articles. The findings show considerable similarities but also a number of differences. Common to both subcorpora is a reduced syntactic complexity with a dominance of paratactic structures, while instances of the passive voice occur more frequently in *HBL*. Another common feature is, contrary to expectation, a limited use of verbs for opinion forming purposes. On the lexical level, *HBL* uses a wider variety of pronouns than does *DN*, in which phrasemes are more prominent.

1. Einleitung

Das Thema *Typen und Textmuster von Kommentaren in Tageszeitungen* hat uns angeregt, Texttypen in der Bedeutung 'Textsorten' etwas näher zu betrachten, und zwar bestimmte *Textsortenvarianten*. An einem ausgewählten Material werden die Textmuster zweier Varianten beschrieben, sowohl ihre äußere Gestalt als auch ihre Textstruktur sowie ihre textsortenspezifischen sprachlichen Merkmale.

Bei Textsorten ist der kulturelle Aspekt nicht zu unterschätzen (FIX 2009a). Jede Gemeinschaft bildet Regeln, Muster und Praktiken, die ihr Zusammenleben regeln. Zu diesen gehören sowohl der Sprachgebrauch als auch das kulturelle Wissen (FIX 2009b, 81). Im vorliegenden Fall be-

deutet dies, dass z. B. die Zwecke der Textsorte *Kommentar* in einer sprachlichen Gemeinschaft als bekannt zu betrachten sind. Dieses Wissen um Textsorten spielt eine wichtige Rolle bei der Rezeption (FANDRYCH/THURMAIR 2011, 20). Wenn Schwedischsprachige in Schweden bzw. Finnland Kommentare lesen, sind sie mit den Textkonventionen dieser Textsorte schon vertraut und haben bei der Lektüre bestimmte Erwartungen. Dass es sich so verhält, ist den Lesern nicht unbedingt explizit bewusst, aber es ist davon auszugehen, dass sie bei ihrer Rezeption entsprechend irritiert wären, wenn ein Textexemplar stark von dem Textmuster abweichen würde.

In der Sekundärliteratur ist die Feststellung zu finden, dass man sich in der Textlinguistik lange und ausführlich u. a. mit Textsortenklassifikationen und adäquaten Modellen beschäftigt hat, während der Beschreibung einzelner Textsorten auf empirischer Basis weniger Aufmerksamkeit gewidmet wurde (FANDRYCH/THURMAIR 2011, 15). Gerade diese Lücke will das Helsinkier Projekt schließen. In Bezug auf schwedische Untersuchungen zu Textsorten ist die Forschungslage auch relativ dünn, was aus dem Überblick zur bisheringen Forschung hervorgehen wird.

Der Beitrag setzt sich also das Ziel, das Textmuster einiger Varianten der Textsorte *Kommentar* näher zu beschreiben. Es soll eine Vorstellung von den Textmustern der ausgewählten Textsortenvarianten im schwedischsprachigen Textkorpus vermittelt werden. Ein weiteres Ziel besteht darin, eventuelle Unterschiede zwischen den analysierten Textsortenvarianten im schwedenschwedischen und finnlandschwedischen Material herauszufinden.

Im Folgenden wird zuerst auf das Untersuchungsmaterial und seine Abgrenzung eingegangen, und danach folgen einige theoretische Überlegungen. Im Analyseteil wird so vorgegangen, dass zuerst erläutert wird, welchem Modell gefolgt wird. Danach werden die Ergebnisse der Analyse beschrieben. Bei dieser Beschreibung wird von größeren zu kleineren Einheiten vorgegangen und die Analyse anhand von Beispielen für sprachliche Merkmale aus dem Material erläutert, wobei die Belege mit Übersetzungen ins Deutsche versehen sind. Abschließend folgt noch ein Schlusswort.

2. Das Material und seine Abgrenzung

Die Wahl des Untersuchungsmaterials für diesen Beitrag war nicht ganz einfach, da das schwedischsprachige Projektmaterial insgesamt doch recht umfangreich ist, und es von Anfang an klar war, dass nicht alle Texte berücksichtigt werden können. Im Material aus Schweden sind 15 Tageszeitungen repräsentiert, während das finnlandschwedische fünf Zeitungen umfasst. Insgesamt sind auch weniger Textsortenvarianten im finnlandschwedischen Material vertreten. Das hängt teils mit der Verbreitung der Zeitungen zusammen − es handelt sich vor allem um Regionalzeitungen, auch wenn *Hufvudstadsbladet* als eine Art überregionale Zeitung zu betrachten ist −, teils mit dem Zeitraum, den es abdeckt. Kleinere Zeitungen haben zwar unterschiedliche Varianten von Kommentartexten, aber diese erscheinen nicht so häufig, und deswegen hätte man bei der Erhebung einen längeren Zeitabschnitt wählen müssen, damit man überhaupt ein einigermaßen repräsentatives Korpus hätte zusammenstellen können.

Das Problem wurde so gelöst, dass das finnlandschwedische Korpus die Auswahl an Texten steuerte. Aus diesem Grund wurden für die Analyse überregionale Zeitungen gewählt, und zwar *Dagens Nyheter* (*DN*) aus Schweden und das eben erwähnte *Hufvudstadsbladet* (*HBL*) aus Finnland. Diese sind schon seit Langem etablierte überregionale Tageszeitungen im schwedischen Sprachgebiet – beide wurden im Dezember 1864 gegründet – und haben außerdem die größten Auflagen in den beiden Teilkorpora. Diese Entscheidung erleichterte dann die Wahl der zu analysierenden Textsortenvarianten. In *HBL* erscheinen täglich ein etwas längerer Leitartikel sowie normalerweise auf derselben Seite ein bis zwei kürzere Artikel, die als Kommentare eingeordnet wurden.[1] Sowohl in *DN* als auch in *HBL* kommen einige Varianten von Kommentartexten vor, die unterschiedlich betitelt sind. In *DN* findet man täglich neben dem eigentlichen Leitartikel auch den sog. *Seitenkommentar*. Andere Varianten sind *kolumn*, *krönika, ledarkrönika* und *analys*, die regelmäßig, aber

1 Die Kommentare werden manchmal durch eine Kolumne von einer nicht zur Redaktion gehörenden Person ersetzt.

nicht jeden Tag und nicht an gleicher Stelle vorkommen.[2] In *HBL* gibt es die Varianten *ledare* 'Leitartikel', *ledarkrönika* und *kommentar* (eine Art Leitglosse). Die Wahl fiel auf den Leitartikel und auf den auf derselben Seite erscheinenden Kommentar.

Als die Wahl der Textsortenvarianten getroffen war, musste nur noch entschieden werden, wie umfangreich das Material für die Analyse sein sollte. Nach einer Probeanalyse wurde festgelegt, dass fünf Leitartikel und fünf Kommentare pro Zeitung analysiert werden sollten. Das bedeutet, dass das für diesen Beitrag analysierte Material insgesamt 20 Artikel umfasst. Das ist nicht sehr viel, aber andererseits hat die Analyse gezeigt, dass schon diese Textmenge einen Einblick in die Charakteristika der Texte vermittelt, denn die Merkmale wiederholen sich deutlich schon in diesem verhältnismäßig kleinen Material.

3. Theoretische Überlegungen

In den theoretischen Überlegungen werden die Termini, die oben schon verwendet wurden, kurz etwas näher definiert, wonach ein Überblick über die schwedische Forschung im Bereich Textlinguistik gegeben wird. Es werden dabei auch einige empirische Studien zu schwedischen journalistischen Texten erwähnt.

3.1 Textsorten – Textsortenvarianten –Texttypen – Textmuster

Unter *Textsorte* verstehen wir mit BRINKER „konkrete Realisationsformen komplexer **Muster** sprachlicher Kommunikation […], die innerhalb der Sprachgemeinschaft im Laufe der historisch-gesellschaftlichen Entwicklung aufgrund kommunikativer Bedürfnisse entstanden sind" (BRINKER u. a. 2014, 133; H. i. O.). Es handelt sich folglich um Gruppen von Texten, die nach gemeinsamen Mustern kategorisiert werden können (FIX 2008, 71). Innerhalb der Muster sind in unterschiedlichem Ausmaß und in verschiedener Form Variationen erkennbar, so dass sich Unterar-

2 Eine nähere Beschreibung der verschiedenen Varianten findet sich in MALMQVIST/VON DER HEIDEN (2016).

ten, *Textsortenvarianten,* bilden (GANSEL/JÜRGENS 2009, 72). Wie einleitend schon kurz erwähnt, lassen sich in den schwedischsprachigen Kommentartexten verschiedene Textsortenvarianten identifizieren, auf die bei der Analyse des Materials in Kapitel 4 näher eingegangen werden soll.

Mit dem Begriff *Texttyp* setzen sich HEINEMANN/VIEHWEGER (1991) auseinander und definieren Texttyp als „eine theoriebezogene Kategorie zur wissenschaftlichen Klassifikation von Texten“ (1991, 144), der als „Gegensatz zur alltagssprachlich geformten ‚Text-sorte‘“ (HEINEMANN 2000, 520) zu betrachten sei. Ausgehend von HEINEMANN (2000, 515) formuliert FIX (2009a, 18) eine textlinguistische Hierarchie, in der Texttyp als übergeordnete Kategorie anzusetzen sei, gefolgt von zwei Stufen von *Textsortenklassen* (Schrifttext bzw. Zeitungstext), denen Textsorten und Textsortenvarianten untergeordnet seien. Als Beispiel für eine Textsorte wird der *Wetterbericht* erwähnt, der beispielsweise dem Reisewetterbericht übergeordnet sei. Es wird betont, dass das Schema nicht als absolut oder endgültig zu betrachten sei und dass eine Weiterarbeit anhand von konkreten Textkorpora zu begrüßen sei. LÜGER (1995, 74–76) verwendet *Textintentionstyp* als Synonym zu Textklasse und schlägt für den Bereich Pressetext ein Schema vor, das die Textintentionstypen kontaktorientierte, informationsbetonte, meinungsbetonte, auffordernde und instruierend-anweisende Texte umfasst, die sich weiter in Textsorten untergliedern lassen. Demnach werden zur Kategorie meinungsbetonte Texte die Textsorten Kommentar, Glosse, Kritik und Meinungsinterview gezählt (LÜGER 1995, 125–144). In der eingangs erwähnten Darstellung werden jedoch *Textsorte* und *Texttyp* als Synonyme betrachtet, und es wird die Auffassung vertreten, es existiere bisher keine allgemein anerkannte Texttypologie in der Textlinguistik (BRINKER u. a. 2014, 134), eine Feststellung, die sich beim Durchsehen einiger weiterer Werke zu diesem Gebiet bestätigen lässt. Im vorliegenden Beitrag werden die Termini *Texttyp*, *Textsorte* und *Textsortenvariante* verwendet. Dementsprechend sind die untersuchten Texte vom Typ her meinungsbetonte Texte der Textsorte *Kommentar*, die in unserem Material, wie erwähnt, in den Textsortenvarianten *Ledare* und *Kommentar* vorkommen.

Unter *Textmuster* versteht HEINEMANN (2000, 515–516) komplexe kognitive Muster, nach denen spezifische kommunikative Aufgaben bei der Herstellung und Wiedererkennung von Textganzheiten gelöst werden können. Es handelt sich also um die qualitativen Aspekte einer jeweiligen Textsorte, d. h. laut FIX (2008, 71) um „die inhaltlichen, formalen und funktionalen Gebrauchsbedingungen für Texte“ einer bestimmten Textsorte. Stilmuster seien dementsprechend Teil des jeweiligen Textmusters. Mit GANSEL/JÜRGENS (2007, 93) können *Textmuster* als „Vorgaben für die Herstellung von Textexemplaren betrachtet werden“ und beziehen unterschiedliche Arten von Wissen, z. B. Handlungs-, Norm-, Sprach-, Stil- und Kulturwissen mit ein. Innerhalb der Muster existieren jedoch, wie FIX (2005, 16) betont, sowohl normative als auch nicht-genormte Elemente, also „Freiräume“, die der Textproduzent nach individuellen Bedürfnissen füllen kann und muss.

Wie der kurze Überblick zeigt, besteht noch weitgehend Uneinigkeit, was die Klassifikation von Texten betrifft. Die Aufstellung einer allgemeinen Texttypologie muss daher als eine besondere Herausforderung für die weitere Forschung betrachtet werden. An dieses Desiderat anknüpfend, betonen FANDRYCH/THURMAIR (2011, 15), dass einzelsprachliche, empirisch fundierte Untersuchungen eine wichtige Basis für sprachvergleichende und kulturvergleichende Studien bilden und dass praktische Analysen wertvolle Beiträge zur Diskussion theoretischer und methodischer Fragestellungen in der Textlinguistik und der Textsortenlinguistik liefern können. Diese Art Forschung sei jedoch selten, als eine Ausnahme erwähnen sie LENK (2006).

3.2 Zur schwedischen Forschung im Bereich der Textlinguistik

Im Gegensatz zur germanistischen Forschung im Bereich der Textlinguistik ist die schwedische Forschung generell stark empirisch fundiert. In den letzten 40 Jahren wurden vereinzelt in der Skandinavistik linguistische Untersuchungen zu Sachtexten vorgenommen, die sich hauptsächlich mit verschiedenen Formen der gesellschaftlichen Kommunikation,

z. B. juristischen Texten, Zeitungstexten, Werbetexten oder Lehrbuchtexten, beschäftigen. Mit dem groß angelegten, interdisziplinären Projekt *Svensk sakprosa 1750–2000* bekam die schwedische Textlinguistik einen deutlichen Aufschwung. Das stark empirisch fundierte Projekt setzte sich das Ziel, eine theoretische Basis im Bereich der schwedischsprachigen Sachtextforschung herauszuarbeiten. An dem Projekt, das in den Jahren 1996 bis 2000 lief, beteiligte sich eine große Anzahl schwedischer Wissenschaftler, die sich mit dem Textbegriff aus verschiedenen Perspektiven auseinandersetzten. Die Liste der im Rahmen des Projekts entstandenen Veröffentlichungen ist umfangreich (ENGLUND/LEDIN 2003, 13–24). Eine breite Palette von Textsorten wurde untersucht; Lehrbücher und Lehrpläne für die Schule, Handbücher für den häuslichen Bereich, das politische Pamphlet, journalistische Texte verschiedener Art, Versandhauskataloge, der wissenschaftliche Vortrag und Schriften zur Sexualaufklärung seien als Beispiele erwähnt. Hier kann nur auf einige Titel eingegangen werden, die für unsere Zwecke von besonderer Relevanz sind.

LEDIN (1996) setzt sich mit den für das Projekt zentralen Begriffen *Genre* und *Texttyp* auseinander und kommt zu dem Schluss, dass der Begriff *Genre* sich nicht in den übergreifenden theoretischen Rahmen für das Projekt *Svensk sakprosa* einfügen lässt, da ausgehend von dem jeweils untersuchten Text Genres vom Forscher rekonstruiert werden müssen. Ihm zufolge sei Genre eher als eine abhängige Größe denn als eine unabhängige zu betrachten (LEDIN 1996, 35).

In einer späteren Veröffentlichung (LEDIN 1999) bietet der Autor eine Übersicht über die skandinavistische und zum Teil auch internationale, vorwiegend anglistische, Forschung zur Textlinguistik und eine theoretische Diskussion zu Texten und Texttypen. Ihm zufolge sei die Abgrenzung des Textbegriffs von den jeweiligen Fragestellungen, Erkenntnisinteressen, theoretischen und methodischen Ansätzen abhängig. Aus seiner Sicht ist ein Text

> ein multimodales Produkt sozialer Interaktion, das teils dadurch gekennzeichnet ist, dass ein Emittent eine Reaktion von jemandem sucht, teils dass es Finalität besitzt, d. h. eine abgegrenzte Ganzheit ausmacht, die eine

> kommunikative Funktion erfüllt. Da Texte [...] normiert sind, ist die Finalität konventionell bestimmt. (LEDIN 1999, 37) [Übersetzung A. M.][3]

Da im vorliegenden Projektband Typen und Textmuster von Kommentaren in Tageszeitungen im Fokus stehen, sollen hier auch einige empirische Studien zu schwedischen journalistischen Texten kurz erwähnt werden.

JOSEPHSON (1996) untersucht Texte, die von Studierenden bei einer Bewerbung zum *Språkkonsultprogram*, einer universitären Ausbildung im Bereich Textproduktion, geschrieben wurden, jedoch den qualitativen Anforderungen nicht entsprachen. Anhand der Merkmale dieser nicht akzeptierten Texte formuliert er zehn Regeln, die für angehende Journalisten als Anleitung für den Textaufbau harter Nachrichten konzipiert wurden und die große Ähnlichkeiten mit anderen vergleichbaren Darstellungen (z. B. LÜGER 1995, 94–123) haben.

In einem weiteren Beitrag setzt sich der Autor (JOSEPHSON 2007) mit der Frage auseinander, durch welche Merkmale sich die moderne schwedische Zeitungsprosa auszeichnet und ab wann sie sich allmählich durchgesetzt hat. Er kommt zu dem Schluss, dass im Jahr 1945 ein entscheidender Durchbruch stattfand und führt das auf die Gründung der Straßenverkaufszeitung *Expressen* zurück, die im Vergleich zu den übrigen untersuchten Zeitungen, *Aftonbladet* und *Stockholms Dagblad*, eine modernere Syntax und Lexik sowie eine persönlichere Anrede aufweist.

RYDÉN (2010) verfolgt anhand der seit 2004 in Tabloidformat erscheinenden südschwedischen Tageszeitung *Sydsvenskan* die Entwicklung der journalistischen Sprache im Zuge der zunehmenden Digitalisierung der Tagespresse. Er konnte feststellen, dass das redaktionelle Material deutlich abgenommen hat, während der Anteil von Bildern gewachsen ist. Ferner sind die einzelnen Artikel kürzer und demzufolge

---

3 „En text är en multimodal produkt av social interaktion. En text kännetecknas dels av att en person söker en reaktion hos någon annan, dels av att den har finalitet, dvs. utgör en avgränsad helhet som fyller en kommunikativ funktion. Eftersom texter […] är normerade, blir finaliteten konventionellt bestämd.“

weniger ausführlich und durch *featureisering* ‘Featureisierung’ (RYDÉN 2010, 287), d.h. Hervorhebung einzelner, sensationsbetonter Ereignisse, gekennzeichnet. Der Autor führt die Veränderungen teilweise auf den 2004 erfolgten Übergang zum Tabloidformat zurück, teilweise aber auch auf ein zwar nicht direkt ausgedrücktes, jedoch deutlich erkennbares Bemühen, junge Leser anzulocken.

Zuletzt sollen ein paar Beiträge referiert werden, die spezifisch auf die Textsorte Leitartikel fokussieren.

JOSEPHSON (2010) untersucht Leitartikel, die von zwei der einflussreichsten schwedischen Chefredakteure des 20. Jahrhunderts, nämlich Herbert Tingsten und Olof Lagercrantz, verfasst wurden. Die Untersuchung fokussiert die Argumentationsstrategien und die lexikalischen und grammatischen Mittel, die in der Argumentation eingesetzt werden, und der Verfasser kommt zu dem Schluss, dass beide Chefredakteure für ihre Zeit ausgesprochen modern waren und einen entscheidenden Einfluss auf die Entwicklung der Pressesprache ausübten. Diskutiert wird auch die Rolle der Persönlichkeit, die Josephson zufolge gerade bei diesen beiden Chefredakteuren von besonderer Bedeutung war.

Eine Studie von HÅKANSSON (2003) umfasst 30 Leitartikel aus den Jahren 1999–2000 aus fünf überregionalen Tageszeitungen (*Arbetet*, *Arbetarbladet*, *Dagens Nyheter*, *Svenska Dagbladet* und *Sydsvenska Dagbladet*). Untersucht werden Syntax, Wortartfrequenzen, Wortstruktur und Wortgebrauch, und die Ergebnisse werden mit Daten einer Studie aus der Zeitspanne 1945–1985 verglichen. Es wird festgestellt, dass die Länge der Makrosyntagmen und die Frequenz der Nebensätze abnehmen, dass also die Texte syntaktisch weniger komplex werden. Auffällig beim Vergleich der Wortartfrequenzen war eine Zunahme im Gebrauch von Personal- und Possessivpronomina der ersten und zweiten Person, was der Verfasser als Zeichen einer zunehmenden Personalisierung der Sprache der Leitartikel interpretiert. Es konnte keine Tendenz zu Vereinfachungen in Wortstruktur und Wortgebrauch festgestellt werden. Die Wortlänge und die Variation im Wortgebrauch seien folglich relativ konstant geblieben.

4. Analyse des Materials

Um die Analyse durchführen zu können, brauchten wir ein Modell, und zwar eines, das nicht nur **ein** bestimmtes Phänomen fokussieren würde, sondern etwas breiter angelegt wäre. Von Interesse war z. B. nicht ausschließlich die argumentative Themenentfaltung, obwohl ein einfaches und verwendbares Modell hierfür von BRINKER u. a. (2014, 73–80) präsentiert und angewendet wird. Gesucht wurde ein Modell, das auch auf verschiedene sprachliche Merkmale eingehen würde. Die Wahl fiel auf das Analyseverfahren von FANDRYCH/THURMAIR (2011). Ihr Verfahren wird anhand verschiedener Textsorten aus sprachdidaktischer Sicht angewendet. Das ergibt klar strukturierte Analysen, die als Vorbild für die Untersuchung dienen. Das Werk enthält jedoch keine Analysen von Kommentartexten, am nächsten kommt unserem Gegenstand ihre Analyse von Leserbriefen (FANDRYCH/THURMAIR 2011, 114–135), die etliche Merkmale mit Kommentaren gemeinsam haben. Die vorliegende Analyse fängt mit der äußeren Gestalt der Leitartikel und Kommentare an und geht dabei auch kurz auf die Kommunikationssituation und -funktion sowie den Textaufbau ein.

4.1 Äußere Gestalt, Kommunikationssituation und -funktion sowie Textaufbau

Für *DN* wie auch für *HBL* gilt, dass es sich um Printzeitungen handelt, in deren Online-Ausgaben nur Bilder und Überschriften bzw. auch Vorspänne frei zugänglich sind. Die Kommunikationssituation von *HBL* ist weiter dadurch gekennzeichnet, dass der Leserkreis der Kommentartexte im zweifachen Sinne begrenzt ist, teils wird die Zeitung vorwiegend von Schwedischsprachigen in Finnland gelesen, auch wenn etliche finnischsprachige Leser sowie ein kleiner Leserkreis im Ausland ebenfalls dazu gehören, teils interessieren sich nicht alle Zeitungsleser für den Leitartikel und die Kommentare. Letzteres gilt auch für *DN*. Für diese Texte ist, wie wir wissen, charakteristisch, dass sie im besonderen Maße Intertextualität aufweisen. Sie können sich sowohl auf mündliche als auch auf

schriftliche Prätexte beziehen, und der Leser muss die gesellschaftlichen Geschehnisse recht gut verfolgen, um den Inhalt der Texte voll und ganz zu verstehen, denn vieles wird als bekannt vorausgesetzt. Die Texte sind mehrfachadressiert, auch wenn die Zielgruppe wohl als etwas weniger heterogen und somit eingegrenzter ist als bei Nachrichtenartikeln.

4.1.1 Die Leitartikel und Kommentare in *DN*

Der Leitartikel erscheint auf Seite 4 unter der Überschrift *Ledare*. Oben links auf der Seite, unter der Überschrift, finden sich Angaben zur politischen Unabhängigkeit der Zeitung und oben rechts werden die Mitarbeiter der Leitartikelredaktion mit Namen vorgestellt. Unmittelbar unter der Dachzeile erscheint zuerst ein Bild oder eine Karikatur mit Kurzüberschrift und unter dem Bild eine geraffte, nicht selten provokante Bildlegende, beispielsweise *Tortyrkammare?* 'Torturkammer?'; *Ingen tar ansvar* 'Keiner übernimmt die Verantwortung'; *Viktigt uppdrag* 'Wichtiger Auftrag'. Der darauffolgende Text umfasst etwa drei halbe Spalten und ist mit einer dem jeweiligen Thema angepassten Überschrift versehen. Jeder Leitartikel ist in 10–13 Abschnitte eingeteilt, von denen jeweils zwei oder drei durch Fettdruck der ersten Worte markiert sind. Zwischen der zweiten und dritten Spalte wird ein Satz aus dem jeweiligen Artikel in größerer Schrift und im Fettdruck zitiert. Der letzte Abschnitt knüpft mehr oder weniger deutlich an die Überschrift an. Der Artikel endet mit dem Namen der Zeitung und dem Erscheinungsdatum. Indem Angaben zum Autor fehlen, wird signalisiert, dass der Text die Sicht der Zeitung vertritt. Der Fotograf und gegebenenfalls der Karikaturist werden jedoch namentlich gekennzeichnet.

Auf Seite 4 findet sich auch der einspaltig und rechts auf der Seite abgedruckte Seitenkommentar. Dieser ist mit zwei Überschriften versehen, von denen die erste stark komprimiert, meist nur als ein Wort (*Migration*; *Smärta* 'Schmerz'; *Kvotering* 'Quotenregelung') übergreifend das Thema vorstellt. Die zweite, häufig einprägsam formulierte Überschrift fasst den Kern des Inhalts zusammen,[4] wie die folgenden Bei-

---

4 Vgl. für Überschriften im Internet JUNGAR (2018, 29).



4 TISDAG 12 MARS 2013 DAGENS NYHETER.

Ledare

Chef för ledarredaktionen: Johannes Åman.
Ledarskribenter: Susanna Birgersson, Erik Helmerson, Gunnar Jonsson, Hanne Kjöller, Annika Ström Melin, Håkan Boström (vik).

DN står fri från alla partier och organisationer och verkar i en humanistisk upplysningstradition – för tolerans, demokrati och en fri ekonomi.

Hemsida: dn.se/ledare
E-post: ledarredaktionen@dn.se

Europa.

Krisen är social. Foto: Roger Turesson

Farlig jakt på syndabockar

DN. Oberoende liberal

Den europeiska fattigdomens följder märks allt tydligare. Den ekonomiska krisen är också social och människor tar sig från kontinentens mest utsatta delar för att be om pengar på gatorna i till exempel Paris, Berlin och Stockholm.

I ett drabbande reportage i gårdagens DN fick läsarna möta en av Europas allt fler tiggare; en kvinna från Rumänien som kommit till Sverige tillsammans med sin man. Hennes gripande berättelse stack hål på en hel del av de myter och rykten om tiggeriet som florerar.

I DN:s reportage trädde en stolt romsk kvinna fram och beskrev skammen över att tvingas frysa på trottoarerna i Stockholm. Hon berättade om sin längtan efter att slippa förnedringen, förhoppningen om att aldrig behöva återvända till Sverige och sin stora saknad efter döttrarna som fanns kvar i Rumänien.

Men i hemlandet hittar hon ingen möjlighet till försörjning. Det politiska ansvaret för kvinnans eländiga situation faller naturligtvis i första hand på regeringen i hennes hemland. Den folkrättsliga principen att varje stat har ansvar för sina medborgare gäller också i EU.

Att ordna jobb och tillväxt är förstås ingen enkel uppgift, men att romer fortfarande utsätts för utbredd och systematisk diskriminering är oacceptabelt. Rumänien har fått omfattande EU-stöd för att göra något åt romernas utsatta läge och övriga länder borde sätta ökad press på landet så att det blir något av alla löften om reformer.

Men övriga stater har också ett gemensamt ansvar för Europas fattiga. Att göra något åt den allt djupare ekonomiska krisen tar förstås tid, men det minsta man kan begära är att länderna ägnar sig åt de verkliga utmaningarna och inte börjar att jaga syndabockar.

Därför är det alarmerande att Tyskland, Nederländerna, Storbritannien och Österrike vill begränsa den fria rörligheten. Under ett rådsmöte i Bryssel förra veckan förklarade inrikesministrarna i dessa länder att de förbereder ett gemensamt förslag som syftar till att få stopp på det som kallas "benefit tourism".

Begreppet social turism blev ökänt i Sverige 2004, när statsminister Göran Persson och den dåvarande regeringen ville ha fortsatta stängda gränser efter EU:s utvidgning. Så blev det lyckligtvis inte. Och utvecklingen sedan dess har visat att varningarna för social turism var groteskt överdrivna.

Att människor under tre månader får uppehålla sig i annat EU-land är en stor och viktig frihet som måste försvaras.

På samma sätt blåser i dag de tyska, brittiska, österrikiska och nederländska regeringarna upp problemen. David Cameron hävdar att människor kommer till Storbritannien enbart för att få bidrag, men enligt EU-kommissionen finns inget som tyder på det. Tvärtom arbetar migranterna mer och tar emot mindre socialbidrag än brittiska medborgare.

Dessutom är rätten till bidrag redan starkt begränsad. I princip är det enbart den som är bosatt och arbetar i annat EU-land som kan få social hjälp. Den fria rörligheten är inte heller en evig rättighet utan gäller bara i tre månader. Sedan krävs arbete eller studier för att få uppehållstillstånd.

Den kvinna som intervjuades i gårdagens DN vill naturligtvis helst slippa tigga på gatorna i Stockholm och ha ett riktigt jobb i Rumänien.

Men att hon och andra människor får resa fritt i Europa är en viktig rättighet som måste försvaras.
DN 12/3 2013

"Narkotikalandet".

Cynisk priskalkyl på Plattan

John är 28 år. Han har missbrukat heroin i fyra år. "Allt som man skulle kunna vilja ha har jag haft. Men drogen tar ifrån dig allting, ger ingenting tillbaka."

Första delen av Randi Mossige-Norheims radiodokumentär "Narkotikalandet" sändes i söndags. Dramaturgiskt är den lite avig och långsam, men allvarlig och angelägen när ett antal narkomaner får komma till tals. Riktiga människor – påtända, sömniga, uppgivna, ledsna, prostituerade, förbannade, och några med den fasta föresatsen att lämna missbrukslivet.

John har ett femtiotal nummer i telefonen, alla till olika langare. När han sitter på ett fik vid Plattan i centrala Stockholm kan han lätt räkna åtminstone en handfull langare som relativt öppet säljer drogen. "Vissa står och langar helt öppet." Bara de allra klantigaste riskerar att haffas av polisen.

Genom att sänka priserna försöker langarna locka tillbaka "kunderna".

Priset på heroin har gått ned drastiskt. Förra året kunde en dos kosta 500 kronor, i dag är priset det halva. Skälet är att langarna har fått ökad konkurrens av substitutionspreparat som metadon och buprenorfin. Genom att sänka priserna försöker langarna locka tillbaka "kunderna". Det är brutalt och cyniskt, en kallblodig kalkyl av efterfrågan och en anpassning av priset därefter.

I går morse hade Ekot ett inslag om problemet med metadon som skrivs ut på beroendekliniker men sedan säljs vidare. Det är inget ofarligt läkemedel och inte minst i kombination med alkohol kan användningen ge katastrofala följder. Men personalen på Beroendecentrum i Stockholm verkar inte tycka att det är något större problem och förklarar:

– Vår verksamhet bygger på värdighet och respekt. En del av våra patienter måste få förtroendet att hämta flera doser i förskott, och slippa komma hit varje dag, sa sektionschefen.

Det är en i grunden sund inställning. Vården ska vara vård, inte förmynderi. Men det är alldeles uppenbart att flera av dem som kommer till tals i "Narkotikalandet" skulle vara betjänta av tätare kontakt med vårdpersonal och, framför allt, slippa stå i kö till metadonprogrammen. Det handlar om att rädda liv, att fånga upp människor innan de dör av en överdos.

Susanna Birgersson
susanna.birgersson@dn.se

•U1

Abb. 1: *Ledare* auf der Seite 4 der Ausgabe von *DN* vom 12.03.2013.

spiele zeigen: *Själen bor i ryggen* ‘Die Seele ist im Rücken beheimatet’; *Löfvens ängsliga tystnad* ‘Das ängstliche Schweigen Löfvens’; *Mer vapen löser inte dilemmat* ‘Mehr Waffen lösen das Dilemma nicht’. Jeder Seitenkommentar ist in 8–10 Abschnitte eingeteilt, bei denen, ähnlich wie beim Leitartikel, die ersten ein bis drei Wörter fett gesetzt sind. In der Mitte der Spalte ist ein Zitat aus dem Text fett abgedruckt. Den Textanfang bildet ein übergroßer Anfangsbuchstabe, der sich über sechs Zeilen erstreckt. Im Unterschied zum eigentlichen Leitartikel sind beim Seitenkommentar Name und E-Mail-Adresse des jeweiligen Autors, der immer ein Mitglied der *ledarredaktion* ‘Leitartikelredaktion’ ist, angegeben.

4.1.2 Die Leitartikel und Kommentare in *HBL*

In *HBL* dient *Ledare* als Überschrift der Sparte, was gleichzeitig einen Hinweis auf die Textfunktion darstellt. Vor der Überschrift des Leitartikels findet sich eine Dachzeile und unter dieser Zeile die Überschrift des Leitartikels, die das Thema angibt. Dann folgt der Name des Autors. Es sei erwähnt, dass die untersuchten Leitartikel in *HBL* von vier verschiedenen Journalisten geschrieben wurden, weswegen davon ausgegangen werden kann, dass hier kein Personalstil beschrieben wird. Sämtliche Leitartikel (auch die nicht-analysierten) haben rechts oben eine Karikatur, die das Thema des Artikels illustriert. Jeder neue Abschnitt wird durch Fettdruck und Versalien markiert. Die Anzahl der fettgedruckten Worte variiert zwischen einem und fünf. Weiter ist ein Satz aus dem Artikel am Ende der zweiten Spalte als Zitat zu finden. Die Leitartikel enden mit der E-Mail-Adresse des Autors, in einem Fall wird auch die Telefonnummer angegeben.

Zum Textaufbau sei noch erwähnt, dass der Leitartikel drei seitenlange Spalten breit ist, jedoch bestehen diese nicht ausschließlich aus Text, da die Karikatur fast die Hälfte der zweiten und dritten Spalte füllt. Die Anzahl der Abschnitte variiert zwischen vier und sechs.

Die Kommunikationssituation und -funktion des Kommentars, der die vierte Spalte der Seite füllt, stimmen mit denen des Leitartikels überein.

HUFVUDSTADSBLADET
Grundat 1864. Medlem av Tidningarnas förbund. Upplaga 46 395 (95/3/-/2) UK 2011. ISSN 0356-0724.

UTGIVARE
KSF Media Ab.
Mannerheimvägen 18, 00100 Helsingfors, Finland.

ANSVARIG UTGIVARE
Chefredaktör Jens Berg, 029 0801 365.

Ledaravdelningen
Susanna Ginman
029 0801 405
susanna.ginman@hbl.fi

Debattredaktionen
029 0801 334
debatt@hbl.fi

Andras mening

"Det uppstod pellejönsar, populister, också allvarliga alternativ och sprickor i de gamla maktstrukturerna."

HELSINGIN SANOMAT
om att de historiemedvetna som väntat att skuldkrisen skulle ha skapat en återgång till de europeiska extremrörelserna från 1930-talet har blivit besvikna.

"Det finns grissini, smala brödstänger man ibland serveras när man äter italienskt. Och så finns det grillini, anhängare av den italienska politiska kometen och komikern Beppe Grillo."

VASABLADET
om att någon italiensk regering däremot inte finns.

Ledare

Nordkoreas hot om en kärnvapenattack mot USA handlar antagligen mer om vapenskrammel än militär förmåga. Men hotet är oacceptabelt.

Osannolikt men allvarligt

Yrsa Grüne

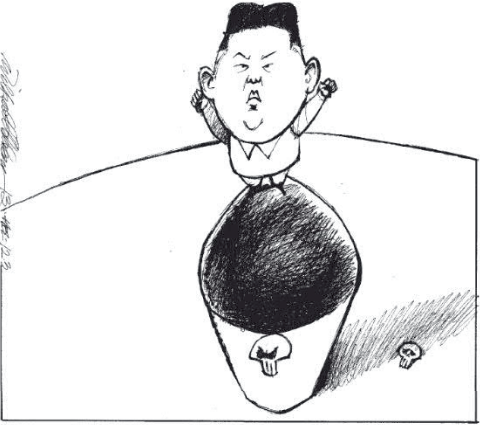
NÄR DET GÄLLER att bedöma den militära risk som Nordkorea utgör sitter analytikerna med passare och ritar en cirkel för vilken räckvidd raketerna i landets vapenarsenal kan ha. De flesta är överens om att Nordkorea ännu inte är i besittning av en kärnspets avsedd för en raket som kunde nå USA.

För Sydkorea och Japan ser verkligheten annorlunda ut och förståeligt nog är nervositeten större i Seoul och Tokyo än i Washington.

DET ÄR INTE BARA geopolitiska faktorer som spelar in. En nordkoreansk "förebyggande" attack mot USA vore en så stor politisk blunder att inte ens en egocentrisk regim som Nordkoreas planerar någonting sådant på allvar.

USA är en central aktör och Kim Jong-uns far och företrädare strävade efter att få amerikanerna att gå med på bilaterala förhandlingar i stället för de sexpartsförhandlingar där Sydkorea, Ryssland, Kina och Japan också sitter med vid bordet.

Mycket av Nordkoreas vapenskrammel handlar om att landet vill öka sin prestige i USA:s ögon. Kärnvapenhot är tyvärr de enda kort den odemokratiska och trångsynta diktaturen har haft att komma med hittills.



FN:S GENERALSEKRETERARE Ban Ki-moons kommentar till Nordkoreas hot om att "förekomma" USA genom att först slå till var förstås att hotet är oacceptabelt. Ban är själv sydkorean och har säkert en lång och gedigen erfarenhet som grund för sina bedömningar. Ban Ki-moon underströk också att Nordkoreas ledare borde göra någonting för att förbättra situationen för det svältande folket i stället för att ägna sig åt vapenskrammel.

När ett enhälligt FN:s säkerhetsråd beslöt om skärpta sanktioner mot Nordkorea förra veckan täpptes en rad kryphål till som tidigare innebar privilegier för landets politiska elit. Dessutom försvårades Nordkoreas möjligheter att köpa kunskap och material för att utveckla kärnvapen plus att prislappen blev dyrare.

OCKSÅ KINA stödde skärpningen men betonade att en lösning på sikt kan nås bara genom förhandlingar.

Att Kina skulle överge sin roll som Nordkoreas bundsförvant är ändå inte sannolikt eller ens önskvärt. Så länge det finns ens någon som Nordkorea tvingas beakta och lyssna på finns det hopp om att det finns åtminstone en kanal för att budskapet om förhandlingar ska nå fram.

MYCKET MER än fromma förhoppningar om framtiden finns det inte just nu. Situationen i området är spänd, också på grund av USA:s och Sydkoreas stora gemensamma militärövning. Å andra sidan har Nordkorea under årens lopp reagerat skarpt på dylika övningar och regimskiften i Sydkorea.

Uppgifterna om att den så kallade heta telefonlinjen mellan Pyongyang och Seoul är stum är visserligen nedslående. Men så har skett minst en gång tidigare. Dessutom finns det en annan militär het telefonlinje för att kontrollera gränstrafiken som gäller anställda vid industriparken Kaesong, ett område som Sydkorea arrenderade 2004 för femtio år framåt.

"Mycket mer än fromma förhoppningar om framtiden finns det inte just nu."

DET ÄR INTE bara Nordkoreas skärpta tonläge och provokativa handlingar som väcker betänkligheter. Sydkoreas president Park Geun-hye som installerades i sitt ämbete för bara ett par veckor sedan har gjort det klart att Sydkorea inte tolererar några provokationer från norr.

Sydkorea förefaller också att ha tagit ett steg tillbaka och avvaktar eftersom landet meddelat att tidpunkten för att återuppta sexpartsförhandlingarna med Nordkorea inte är den rätta just nu.

Det visar att förtroendet nått en ny bottennotering. I sådana situationer ökar oberäkneligheten.

yrsa.grune@hbl.fi

Svårt att skura bort rasismen

Mikael Kosk

DEN NATIONALISTISKA föreningen Suomen Sisu gjorde sig känd då den 2006 publicerade de Muhammedkarikatyrer som Jyllands-Posten väckt global uppståndelse med. På den tiden ville föreningen bli en riktgivare för hela den finländska extremhögern, men under senare tid har det varit tystare kring den.

När den 27-åriga sannfinländska riksdagsledamoten Olli Immonen som ny ordförande vill väcka liv i Suomen Sisu deklarerar han att den är moderat och erbjuder en motkraft till alla politiska extremrörelser. Det är bra att han tydligt fördömer rasism och våld, men det är fortfarande inte klart vad han menar med att massinvandringen, mångkulturen och islamiseringen är samhälleliga missförhållanden. Han har inte lätt att rentvå föreningen från rasismen.

Tecken på ekonomisk vändning.

USA kan fördärva sin tillväxt

Mikael Kosk

NÄR DEN GLOBALA ekonomin gått i stå tolkas varje litet tecken på att en vändning är i antågande som solens uppgång. I Japan har bnp i motsats till tidigare farhågor börjat växa och i Kina visar utrikeshandeln ett klart överskott i stället för ett förväntat underskott. I USA har arbetslösheten sjunkit till den lägsta nivån sedan december 2007, vilket fått börskurserna att göra ett glädjeskutt och nå ett index som inte förekommit efter att finanskrisen bröt ut.

Sysselsättningssiffrorna i USA är för marknadsanalytikerna ett slags trollformel som har magisk kraft att visa vart ekonomin är på väg. En ökning av antalet sysselsatta med 236 000 personer i ett land som har en total arbetskraft på över 155 miljoner ser inte ut som en direkt revolutionerande omvändning för att få tillväxten att ta fart. Men det är just så mycket att det är en signal om att den onda spiralen är på väg att brytas.

Precis när det finns tecken på att arbetslösheten vänder neråt och ekonomin börjar växa träder automatiska budgetnedskärningar på 85 miljarder dollar i kraft i USA. Det är höjden av irrationell ekonomisk politik att använda en osthyvel som enligt uppskattning kan minska tillväxten med en halv procentenhet under 2013. Det är ett snöpligt misslyckande av både republikaner och demokrater, samt president Barack Obama, att inte komma överens om mixen av utgiftsminskningar och skattehöjningar för att stävja statsskulden.

Även om den automatiska hårklipparen skulle bli kvar i USA:s budgetar under kommande år är en utgiftsökning inbyggd i dem. Det är nödvändigt att stoppa budgetexpansionen utan att strypa den gryende tillväxten. Ställda mot väggen kommer de två partierna att nå en budgetkompromiss senare i månaden.

mikael.kosk@hbl.fi

Abb. 2: *Ledare* auf der Seite 4 der Ausgabe von *HBL* vom 12.03.2013.

Sie teilen sich die Spartenüberschrift (*Ledare*). Der Kommentar hat jedoch nicht immer eine Dachzeile, im Material haben zwei von fünf eine solche. Dagegen folgt nach der Überschrift immer der Name des Autors, und der Text endet mit der E-Mail-Adresse und in einem Fall zusätzlich mit der Telefonnummer. Wenn auf der Seite zwei Kommentare von demselben Autor abgedruckt sind, findet sich seine E-Mail-Adresse nur einmal. Bei den fünf analysierten Kommentaren sind auch vier Journalisten repräsentiert. Die ersten zwei bis drei Worte des Kommentars sind durch Fettdruck und Versalien hervorgehoben. Was den Textaufbau betrifft, ist noch zu erwähnen, dass die Länge entweder ein Drittel oder eine ganze Spalte beträgt. Der kürzere Kommentar befindet sich unter der Karikatur, während der längere aus der Spalte ganz rechts besteht.

4.2 Textstruktur

Zur Textstruktur wird hier nur eine überblicksartige Beschreibung gegeben, auf die Argumentationsstrategien wird nicht eingegangen, da dies an dieser Stelle zu weit führen würde. Für das ganze Untersuchungsmaterial gilt, dass die Gliederung in Themenbezug, Entfaltung des Themas und Fazit gut erkennbar ist. Als Beispiel kann der Leitartikel vom 11. März in *HBL* dienen. Die Überschrift lautet *Europaval i brytningstid* ‘Europawahl in Zeiten des Umbruchs’. Im Artikel werden also die EU-Wahlen behandelt, eindeutig ist jedoch nicht, um welche es geht. Das wird aber im ersten Abschnitt im Prinzip festgelegt, als schon im ersten Satz darauf hingewiesen wird, dass im Mai oder Juni 2014 neue EU-Abgeordnete gewählt werden, was Anlass zu einer kurzen Beschreibung der jetzigen Lage, vorwiegend der Eurokrise, gibt, sowie zu einem Hinweis auf die Wahlen 2009 und die danach erfolgende Polarisierung. Vor allem mit Bezug auf die Polarisierung wird dann das Thema entfaltet, d. h. die anstehenden Wahlen werden aus der Sicht der Parteien im finnischen Parlament behandelt. Ihre Erfolge und Misserfolge in der EU-Wahl 2009 sowie ihre eventuellen Niederlagen und Erfolge in der anstehenden Wahl werden unter die Lupe genommen. Danach folgt das Fazit, in dem festgestellt wird, dass keine der finnischen Parteien, nicht einmal die Wahren

Finnen[5], sich vorstellen können, dass Finnland die Union verlassen würde.

Bei den Kommentaren findet sich das gleiche Muster wieder. Als Beispiel kann der kurze Kommentar (20 Zeilen) *Svårt att skura bort rasismen* 'Schwer, den Rassismus wegzuwaschen' vom 12. März 2013 angeführt werden. Die Überschrift gibt das Thema an, enthält aber auch gleich das Fazit. Der Themenbezug besteht aus dem Hinweis darauf, wie der Verein *Suomen Sisu* 2006 allgemein bekannt wurde, und darauf, dass der Verein seitdem nicht viel von sich hat hören lassen. Die kurze Themenentfaltung besteht aus der Beschreibung der Bemühungen des Abgeordneten der Wahren Finnen, Olli Immonen, den Verein wieder ins Leben zu rufen, und aus seinen Aussagen in Bezug auf Rassismus und Gewalt. Der Journalist verhält sich jedoch skeptisch zu einer Wende des Vereins in Fragen des Rassismus und stellt fest, dass es schwer sein wird, den diesen Verein stark prägenden Rassismus wegzuwaschen.

4.3 Sprachliche Merkmale

Nach dieser Beschreibung charakteristischer Züge der analysierten Texte soll auf ihre sprachlichen Merkmale eingegangen werden. Hier wird nicht zwischen den Leitartikeln und den Kommentaren unterschieden. Der Grund dafür ist, dass keine nennenswerten Unterschiede in Bezug auf sprachliche Merkmale festgestellt werden konnten. Wie bereits oben kurz angesprochen, wurden sowohl der Aufbau der Analyse als auch die Kategorisierung der sprachlichen Merkmale durch die Darstellung in FANDRYCH/THURMAIR (2011) angeregt. In der Analyse werden zuerst die Verallgemeinerungsstrategien behandelt. Danach folgen Kommentare zu den Konnektoren, bevor auf Kommentaradverbien, Modalverben und eventuelle andere sprachliche Mittel eingegangen wird, die Einschätzungen modifizieren, zum Wahrscheinlichkeitsgrad Stellung nehmen bzw. auf einen Handlungsbedarf verweisen.

---

5 *Perussuomalaiset/Sannfinländarna* ist eine EU-kritische Partei, die als populistisch gilt.

4.3.1 Verallgemeinerungsstrategien

Unter Verallgemeinerungsstrategien sollen hier die Verwendung von Pronomina und generalisierenden Nominalphrasen sowie der Gebrauch des Passivs verstanden werden.

Pronomina

Pronomina können verwendet werden, um eine Aussage, die aus der eigenen Erfahrung, Einschätzung oder Bewertung stammt, auf einen größeren Kreis von Individuen zu beziehen, und diese wird dadurch als mehr oder weniger allgemeingültig dargestellt. Die Pronomina, die im finnlandschwedischen Material mit verallgemeinernder Absicht verwendet werden, sind vor allem *vi* 'wir' und *vår* 'unser' sowie *man* 'man'. Von diesen kommt *man* am häufigsten vor. Die restlichen Pronomina in *HBL* kommen nur ein- oder zweimal vor, wie *någon* 'jemand' bzw. *många* 'viele'.

DN weist eine etwas kleinere Variation auf. Wie die Beispiele (1) und (3) zeigen, kommen auch hier vereinzelt Indefinitpronomina vor, während das Personalpronomen *vi* dominiert. Das Material ist jedoch zu klein, um weitreichende Schlüsse zu ziehen; es kann sich um einen reinen Zufall handeln. Andererseits kann nicht davon abgesehen werden, dass die Länge der Kommentare eine Auswirkung auf sowohl Stil als auch auf lexikalische Variation haben kann, was sich auf die Verwendung von verallgemeinernden Pronomina auswirken könnte.

(1) Att mordet […] faktiskt hade kunnat förhindras är det […] rätt **många** som hävdar. (*DN* 22.03.2013)
['Dass der Mord hätte verhindert werden können, behaupten recht viele.']

(2) I senaste numret av tidningen Fokus kan **vi** följa […] (*DN* 23.03.2013)
['In der letzten Ausgabe der Zeitschrift Fokus können wir verfolgen']

(3) […] **några** skulle kalla den konspirationsteori [...] (*DN* 23.03.2013)
['einige würden das Konspirationstheorie nennen']

Eine Beobachtung, die sich wiederum auf *HBL* bezieht, ist, dass sich die Verwendung der Pronomina der 1. Person Plural gegen Ende der Leitartikel häufen, d. h. im letzten Abschnitt bzw. im Fazit.

(4) Ju mer **vi** vet om EU […] (*HBL* 11.03.2013)
['Je mehr wir über die EU wissen']

(5) Hur vill **vi** att **vi** ska bo? (*HBL* 14.03.2013)
['Wie möchten wir, dass wir wohnen?']

Generalisierende Nominalphrasen
Generalisierende Nominalphrasen konnten in den Kommentaren und Leitartikeln verhältnismäßig selten belegt werden. In dieser Hinsicht dürften sich Kommentartexte von den Leserbriefen unterscheiden, die ja im Modell von FANDRYCH/THURMAIR (2011) analysiert werden. Zu den Beispielen in *HBL* gehören Ausdrücke wie *Politiker*, *Beamte*, *Jugendliche*, *Kinder* und *die Armen*.

Einige Beispiele aus *DN* zeigen, dass das Substantiv sowohl im Plural, mit oder ohne Definitartikel, als auch im Singular vorkommen kann, wie die Beispiele (6), (7) und (8) zeigen.

(6) **Cyprioterna** själva måste hitta 6 miljarder […] (*DN* 21.03.2013)
['Die Zyprer müssen selbst 6 Milliarden finden']

(7) **Barn** ska inte isoleras (*DN* 20.03.2013)
['Kinder sollen nicht in einer Einzelzelle sitzen']

(8) […] att **den häktade** inte får träffa sina föräldrar […] (*DN* 20.03.2013)
['dass der Verhaftete seine Eltern nicht treffen darf']

(9) [...] **den svenska självbelåtenheten** [...] (*DN* 20.03.2013)
['die schwedische Selbstgefälligkeit']

Die generalisierende Aussage in Beispiel (9) bezieht sich auf eine Eigenschaft, die den Schweden nicht selten als eine Art genereller Charakterzug zugeschrieben wird.

Passiv

Mit einer Ausnahme, einem Kommentar in *HBL*, kommen in sämtlichen der untersuchten Texte Passivformen vor. Die Texte in *HBL* mit der höchsten Anzahl Passivformen, insgesamt 14 bzw. 8, sind Kommentare, obwohl sie durchgehend erheblich kürzer sind als die Leitartikel. Die Häufung der Passivformen dürfte jedoch teilweise mit dem Thema der Kommentare zusammenhängen, bei dem nicht unbedingt erwartet wird, dass die Akteure erwähnt werden. In dem einen Kommentar geht es um die politischen Verhältnisse in Nordirland und um die 2011 festgenommene Marian Price, deren Fall zwei Jahre nach der Festnahme noch nicht vor Gericht behandelt wurde.

(10) Marian Price **greps** 2011 […] (*HBL* 13.03.2013)
['Marian Price wurde 2011 verhaftet']

(11) Hon **dömdes** till livstids fängelse […] (*HBL* 13.03.2013)
['Sie wurde zu lebenslanger Freiheitsstrafe verurteilt']

In Beispiel (12) möchte der Leser hingegen vermutlich wissen, wer die Namen erwähnt hat. Vielleicht wird das nicht genannt, weil der Autor davon ausgeht, dass der Leser die Diskussion in den Medien verfolgt, oder weil er es hier nicht für wichtig hält. Im Text geht es an dieser Stelle um mögliche starke Kandidaten der Schwedischen Volkspartei für einen Platz im EU-Parlament.

(12) Många andra namn **nämns** […] (*HBL* 11.03.2013)
['Viele weitere Namen werden erwähnt']

Einige Beispiele aus *DN* sollen aufgeführt und kurz kommentiert werden.

(13) Just isoleringen är något som **kritiserats** […] (*DN* 20.03.2013)
['Gerade die Einzelzelle ist etwas, das kritisiert worden ist']

(14) […] **påstods** det vara en unik åtgärd […] (*DN* 21.03.2013)
['wurde behauptet, das sei eine einmalige Maßnahme']

In (13) wird der Eindruck vermittelt, dass in der Gesellschaft kritische Diskussionen über rechtliche Praktiken geführt worden sind. Der Fokusmarker *Just* hat eine aufmerksamkeitssteuernde und hervorhebende Funktion. Das Passiv in (14) lässt vermuten, dass es sich um eine Gruppe, vermutlich Politiker, handelt, die eine temporäre Maßnahme ergriffen hat, um ein entstandenes Problem schnell zu lösen.

4.3.2 Konnektoren

Da es sich um argumentative Texte handelt, in denen Meinungen, Bewertungen und Einschätzungen zum Ausdruck gebracht werden sollen, ist ein häufiger Gebrauch solcher Konnektoren zu erwarten, die einen Gegensatz oder Widerspruch ausdrücken. Diese Annahme konnte bestätigt werden, denn in den analysierten Texten kommt die adversative Konjunktion *men* ‘aber’ wiederholt vor und hat unter den Konnektoren eine deutlich dominierende Stellung. Belegt sind weiter die konzessiven Konjunktionen *medan* ‘während’ (16) und *trots att* ‘obwohl’ (17). Neben den eben erwähnten adversativen und konzessiven Konjunktionen konnte auch *om* ‘wenn/falls’ (18) als Einleitung eines Konditionalsatzes mehrmals belegt werden.

(15) **Men** så har skett minst en gång tidigare. (*HBL* 12.03.2013)
['Aber das ist mindestens einmal früher passiert.']

(16) En del av dem greps, **medan** andra [...] (*DN* 20.03.2013)
['Einige wurden festgenommen, während andere']

(17) […] **trots att** antalet som misstänks för brott är relativt konstant […] (*DN* 20.03.2013)
['obwohl die Anzahl, die eines Verbrechens verdächtigt wird, relativ konstant ist']

(18) **Om** eurokrisen hettar till igen […] (*HBL* 11.03.2013)
['Falls die Eurokrise wieder akut wird']

Es lässt sich somit die Beobachtung von FANDRYCH/THURMAIR (2011, 132) bestätigen, dass der Gebrauch von Konnektoren, sowohl was die

Häufigkeit als auch was die Variation betrifft, zu den textsortenspezifischen Merkmalen gehört.

4.3.3 Kommentaradverbien und Modalverben

Das Schwedische ist keine partikelreiche Sprache, vor allem nicht im Vergleich zum Deutschen. Modalverben und unterschiedliche Kommentaradverbien erfüllen jedoch oft die Funktion der deutschen Kommentaradverbien und Modalpartikeln. Ein anderer Unterschied zwischen den Sprachen besteht im Gebrauch des Modus Konjunktiv, der ja im Deutschen frequent auftritt, der aber aus dem heutigen Schwedisch fast ganz verschwunden ist. Nur einige wenige Verbformen im Konjunktiv II werden noch benutzt, z. B. *vore* 'wäre', während der Konjunktiv I in der Praxis ausgestorben ist. Von den Modalverben werden vor allem *kunna* 'können' und *måste* 'müssen' verwendet, was aus den Beispielen (19)–(21) hervorgeht, aber auch *böra* 'müssen, sollen', häufig in der Präteritumform *borde*, als Ausdruck eines Vorwurfs oder Verweises bzw. einer Aufforderung kommt vor (Beispiel 22).

(19) Gazprom **skulle kunna vara** intresserat […] (*DN* 21.03.2013)
['Gazprom könnte interessiert sein']

(20) Det **kunde** vara en utgångspunkt […] (*HBL* 14.03.2013)
['Das könnte ein Ausgangspunkt sein']

(21) Franciskus **måste** bli kvitt […] (*HBL* 15.03.2013)
['Franziskus muss […] loswerden ']

(22) […] staten **borde** ägna sig åt en […] politik […] (*HBL* 13.03.2013)
['der Staat sollte sich einer […] Politik widmen']

Zu den am häufigsten gebrauchten Kommentaradverbien[6] gehören *kanske* 'vielleicht', *knappast* 'kaum' und *väl* 'wohl', vgl. die Beispiele (23), (24) und (25).

---

6 Im Schwedischen als „modale Kommentaradverbien" (*modala satsadverbial*) bezeichnet (SVENSKA AKADEMIENS GRAMMATIK 1999).

(23) **Kanske** luktar det av svett. (*DN* 20.03.2013)
['Vielleicht riecht es nach Schweiß.']

(24) EU är **knappast** roat av ett partnerskap med Ryssland. (*DN* 21.03.2013)
['Die EU ist kaum an einer Partnerschaft mit Russland interessiert.']

(25) Kvinnor är **väl** helt enkelt som folk är mest […] (*DN* 24.03.2013)
['Frauen sind wohl einfach wie die meisten Menschen']

Dabei drücken *kanske* und *knappast* eine vorsichtige Annahme bzw. leichten Zweifel aus, während *väl* den Wahrscheinlichkeitsgrad der Behauptung unterstützt.

4.3.4 Verben und Adjektive als Ausdrücke der Einschätzung und des Meinens

In der oben erwähnten, von FANDRYCH/THURMAIR (2011) durchgeführten Textanalyse von Leserbriefen werden Verben der Einschätzung und des Meinens als eine eigene Gruppe kategorisiert, jedoch mit der Feststellung, dass sie sparsam vorkommen (FANDRYCH/THURMAIR 2011, 135). Ähnliches gilt für die in diesem Beitrag analysierten Leitartikel und Kommentare. Es kommen zwar vereinzelt Verben oder verbale Phraseme (26) vor, doch die Meinungen der Journalisten scheinen in anderer Weise versprachlicht zu werden, z. B. mit Hilfe von Adjektiven, wie die Beispiele (27) und (28) illustrieren.

(26) Det **ligger** onekligen **något i** att […] (*HBL* 13.03.2013)
['Es ist schon etwas Wahres dran, dass']

(27) Det är **skrämmande och upprörande**. (*DN* 20.03.2013)
['Es ist erschreckend und empörend.']

(28) En ursäkt hade varit **mer värdigt**. (*DN* 22.03.2013)
['Eine Entschuldigung wäre würdiger gewesen.']

Die aufgeführten Beispiele (26)–(28) machen nur eine kleine Auswahl der beiden letztgenannten Kategorien von Bewertungen aus.

4.3.5 Einige stilistische Beobachtungen

Die Kommentare zu den verwendeten sprachlichen Mitteln in den analysierten Artikeln sollen mit einigen Beobachtungen zum Stil abgeschlossen werden. Es geht dabei um Phraseme und Verben sowie um ein syntaktisches Phänomen.

Phraseme haben eine aufmerksamkeitssteuernde Funktion und werden u. a. eingesetzt, um Meinungen, Einstellungen und Bewertungen zum Ausdruck zu bringen. Sie sind häufig emotional gefärbt, und die Wahl der Phraseme kann somit einen Einfluss auf den Stil eines Textes haben. Auffällig bei der Analyse der ausgewählten Kommentartexte war, dass Phraseme, die stilistisch markiert sind und/oder vorwiegend in anderen Bereichen vorkommen, im Material eingesetzt werden. So konnten einige feste Wortverbindungen oder Verben aus der Sportsprache belegt werden, wie die Beispiele (29) und (30) zeigen.

(29) […] riksdagen måste **ta time out** […] (*HBL* 14.03.3013)
['das Parlament muss ein Time-out nehmen']

(30) […] Mitro Repo **knep** det andra mandatet. (*HBL* 11.03.2013)
['Mitro Repo hat das zweite Mandat geschnappt.']

Das Verb *knipa* wird außer in der Bedeutung 'kneifen' im Schwedischen oft in Sportberichten verwendet, wenn jemand eine Medaille gewonnen oder zu den Besten in einem Wettbewerb gehört.

Weiter sind in dieser Kategorie Phraseme zu finden, die eindeutig einen umgangssprachlichen Stil repräsentieren, die aber gerade deswegen besondere Aufmerksamkeit erwecken. *Nalla något ur något* (s. Beispiel 31) ist ein umgangssprachliches Phrasem, das sich auf das Stehlen von meistens kleineren, eher unbedeutenden Geldsummen bezieht, kann sich aber auch auf das Stehlen von Gegenständen beziehen. *Schabbla bort* (s. Beispiel 32) ist deutlich negativ besetzt und die Aussage bringt durch den Einsatz dieser Wortverbindung eine starke Kritik an der polizeilichen Arbeit zum Ausdruck. *Göra sig en hacka* (s. Beispiel 33) wird verwendet, um auszudrücken, dass jemand, meist durch eine Nebenbeschäftigung, Geld verdient.

(31) Att **nalla ur** statens pensionsfonder är inte särskilt framsynt. (*DN* 21.03.2013)
['Aus den staatlichen Pensionsfonds zu mopsen, ist nicht besonders klug.']

(32) Men polisen lyckades gång på gång **schabbla bort** hans namn. (*DN* 22.03.2013)
['Es gelang aber der Polizei, wiederholt seinen Namen zu verschlampen.']

(33) Enskilda kan **göra sig en** rejäl **hacka** på […] (*DN* 24.03.2013)
['Einzelpersonen können ganz schön was dazuverdienen']

Was diesen Stilzug im Material betrifft, scheint er in den schwedenschwedischen Kommentartexten häufiger vorzukommen als in den finnlandschwedischen.

Eine weitere Besonderheit, die im Material vereinzelt belegt werden konnte, ist der Spaltsatz (DUDEN-GRAMMATIK 2016, 1056), eine emphatische Konstruktion, die im Schwedischen frequent vorkommt. Beispiele dafür sind (34), (35) und (36).

(34) Och **det är här** det blir otäckt. (*DN* 20.03.2013)
['Und es ist hier, wo es abscheulich wird.']

(35) **Det är** precis **denna brist på insyn** som […] (*DN* 20.03.2013)
['Es ist gerade dieser Mangel an Durchblick, der']

(36) **Det är** väl **därför** ingen ställer den. (*HBL* 14.03.2013)
['Das ist wohl deswegen, dass keiner sie [die Frage] stellt.']

Die Funktion des Spaltsatzes ist, die Aufmerksamkeit zu steuern, eine Einschätzung besonders hervorzuheben und u. U. auch neue Information hinzuzufügen. Es ist ein im Schwedischen – sowohl in der gesprochenen als auch in der geschriebenen Sprache – auf allen Stilniveaus sehr verbreitetes Stilmittel. Die ausführliche Beschreibung des Phänomens in SVENSKA AKADEMIENS GRAMMATIK (1999), die sechs Seiten in Anspruch nimmt, zeugt davon, dass es als ein Charakteristikum des heutigen Schwedisch angesehen wird.

5. Zusammenfassung und Ausblick

Im vorliegenden Beitrag wurden insgesamt 20 Kommentarexte analysiert, 10 aus der schwedenschwedischen Zeitung *DN* und 10 aus der finnlandschwedischen *HBL*, beide überregionale Zeitungen mit einem großen Leserkreis. Es konnten dabei bedeutende Ähnlichkeiten, aber auch einige Unterschiede festgestellt werden, sowohl in Bezug auf die äußere Gestaltung, d. h. Textaufbau und Textstruktur, als auch auf die sprachlichen Mittel, die gebraucht wurden, um unterschiedliche Funktionen eines Kommentars auszudrücken.

Ein deutlicher, sofort ins Auge fallender Unterschied ist, dass der eigentliche Leitartikel in *HBL* einen namentlich gekennzeichneten Verfasser hat, während in *DN* der Autor anonym bleibt und so als Vertreter der gesamten Redaktion oder sogar der Zeitung erscheint. Das ist aber im schwedenschwedischen Gesamtkorpus nicht durchgehend der Fall; beide Varianten kommen vor.

Die nähere Analyse der sprachlichen Mittel deutete ebenfalls einige Unterschiede an.

Unter den Verallgemeinerungsstrategien schien der Gebrauch von Pronomina in *HBL* etwas stärker zu variieren. Außerdem war in *HBL* ein höheres Vorkommen von Passivkonstruktionen vorzufinden. Letzteres könnte eventuell auf Einflüsse aus dem Finnischen zurückzuführen sein, aber, wie schon mehrmals betont, lässt der begrenzte Umfang des Materials keine allgemeineren Schlüsse zu.

Bei den Verben der Einschätzung und des Meinens vermerken schon FANDRYCH/THURMAIR (2011, 135), dass sie in den Leserbriefen sparsam vorkommen. Das gilt auch für die Leitartikel und Kommentare im analysierten Material, obwohl eigentlich zu erwarten gewesen wäre, dass sie gerade in solchen Texten häufig auftreten würden. Die Journalisten scheinen also, wie gezeigt wurde, zu anderen Mitteln wie beispielsweise Adjektiven zu greifen, um Meinungen auszudrücken.

Eine Kategorie sprachlicher Mittel, die in dem Modell von FANDRYCH/THURMAIR nicht vorkommt, ist die Kategorie *Phraseme*. Phraseme gehörten, besonders im schwedenschwedischen Material, zu den häufig vorkommenden Stilmitteln, weshalb einige Beispiele für

diese Kategorie einbezogen und kommentiert wurden. Erwähnenswert ist auch der als syntaktisches Mittel zur Hervorhebung einer Aussage im Schwedischen weit verbreitete Spaltsatz.

Vor dem Hintergrund der in Abschnitt 3.2 referierten schwedischen Darstellungen zur Pressesprache sollen zum Schluss einige Beobachtungen angeführt werden. Eine Featureisierung in der Art, wie RYDÉN (2010) sie für die Tageszeitung *Sydsvenskan* feststellen konnte, kann für die beiden in dieser Studie analysierten Zeitungen, zumindest für die Kommentartexte, nicht bestätigt werden.

Die geringere syntaktische Komplexität, die laut HÅKANSSON (2003) die Pressesprache des ausgehenden 20. Jahrhunderts im Vergleich zur der der Jahre 1945–1985 kennzeichnet, lässt sich aber im untersuchten Material beobachten. Es überwiegt der parataktische Satzbau, der u. a. durch den häufigen Gebrauch des nebenordnenden Konnektors *men* ‘aber’ bedingt ist und mitunter zu einer gewissen Monotonie beiträgt.

Es wäre lohnenswert, an einem größeren Korpus das Analysemodell anzuwenden und zu überprüfen, ob sich die beobachteten Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen dem schwedenschwedischen und dem finnlandschwedischen Material bestätigen lassen oder ob eventuell deutlichere Unterschiede festgestellt werden können. Interessant wäre auch, im größeren Rahmen die Ergebnisse mit denen von HÅKANSSON (2003) zu vergleichen und dabei auch die Entwicklung des Wortschatzes zu beachten. Es ist anzunehmen, dass die häufige Nutzung des Internet u. a. zu einem Zuwachs des angloamerikanischen Einflusses geführt hat.

Literatur

Brinker, Klaus/Cölfen, Hermann/Pappert, Steffen (2014): Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. 8., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Berlin. (Grundlagen der Germanistik. 29).

Byrman, Gunilla/Gustafsson, Anna/Rahm, Henrik (Hrsg.) (2010): Svensson och svenskan. Med sinnen känsliga för språk. Lund.

Duden-Grammatik (2016) = Duden. Die Grammatik. Unentbehrlich für richtiges Deutsch. Hrsg. von Angelika Wöllstein und der Dudenredaktion. 9., vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage. Berlin. (Duden Band 4).

Englund, Boel/Ledin, Per (Hrsg.) (2003): Teoretiska perspektiv på sakprosa. Lund.
Fandrych, Christian/Thurmair, Maria (2011): Textsorten im Deutschen. Linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht. Tübingen.
Fix, Ulla (2005): Texte zwischen Musterbefolgen und Kreativität. In: Der Deutschunterricht 57(1), 13–22.
Fix, Ulla (2008): Texte und Textsorten – sprachliche, kommunikative und kulturelle Phänomene. Berlin.
Fix, Ulla (2009a): Stand und Entwicklungstendenzen der Textlinguistik (I). In: Deutsch als Fremdsprache 46(1), 11–20.
Fix, Ulla (2009b): Stand und Entwicklungstendenzen der Textlinguistik (II). In: Deutsch als Fremdsprache 46(2), 74–85.
Gansel, Christina/Jürgens, Frank (2009): Textlinguistik und Textgrammatik. Eine Einführung. 3., unveränderte Auflage. Göttingen.
Håkansson, David (2003): Ledarspråk i förändring? En kvantitativ undersökning av språket i en dagstidningsgenre under 1990-talet. In: Språk och stil 13, 215–228.
Heinemann, Wolfgang (2000): Typologisierung von Texten I: Kriterien. In: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven F. (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbbd. Berlin/New York, 508–523.
Heinemann, Wolfgang/Viehweger, Dieter (1991): Textlinguistik. Eine Einführung. Tübingen. (Reihe Germanistische Linguistik. 115).
Josephson, Olle (1996): Det betydelselösa tidningsspråket. In: Språk och stil 6, 93–106.
Josephson, Olle (2007): Aftonbladet eller Expressen? Eller Stockholms Dagblad? In: Milles, Karin/Vogel, Anna (Hrsg.): Språkets roll och räckvidd. Festskrift till Staffan Hellberg den 18 februari 2007. Stockholm, 139–148.
Josephson, Olle (2010): Tingsten, Lagerkrantz och personlighetens roll i sakprosahistorien. In: Byrman, Gunilla/Gustafsson, Anna/Rahm, Henrik (Hrsg.), 151–161.
Jungar, Jonas (2018): Glöm det där med ”kort och kraftigt” – på webben är det nu långa rubriker som gäller. In: Språkbruk 37(1), 29.
Ledin, Per (1996): Genrebegreppet – en forskningsöversikt. Lund. (Svensk sakprosa. 2).
Ledin, Per (1999): Texter och textslag – en teoretisk diskussion. Lund. (Svensk sakprosa. 27).
Lenk, Hartmut E. H. (2006): Praktische Textsortenlehre. 4., überarbeitete und erweiterte Auflage. Helsinki.
Lüger, Heinz-Helmut (1995): Pressesprache. 2., neu bearbeitete Auflage. Tübingen.

Malmqvist, Anita/von der Heiden, Gregor (2016): Der Kommentar in Tageszeitungen Schwedens. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.) Persuasionsstile in Europa II. Kommentartexte in den Medienlandschaften europäischer Länder. (Germanistische Linguistik. 229–231), Hildesheim u. a., 21–57.

Rydén, Per (2010): En tabloids genrer. In: Byrman, Gunilla/Gustafsson, Anna/Rahm, Henrik (Hrsg.), 281–288.

Svenska Akademiens grammatik (1999). Stockholm.

MARTIN KALTENBACHER

Evaluierungsmuster in der britischen Tagespresse. Eine Textsortenabgrenzung

Abstract

The paper investigates the distribution of evaluations (IEDEMA et al. 1994) across *reports, editorials, comments* and *columns* in English newspapers. The results will be interpreted in the light of the model of Journalistic Voices (MARTIN/WHITE 2005). The journalistic rules manifested in this model do not apply to the texts in *low-market* papers, which do not differ in their choice of evaluations according to text type. *Mid-market* papers correspond most closely to the model, applying reporter voice to reports and commentator voice to all opinionated text types. Writers for *up-market* papers show most awareness of journalistic voices, exploiting different evaluative categories in editorials than in comments and also varying their choices according to whether they comment on individual people's conduct or on social and political affairs.

1. Einleitung

Spätestens seit Ende des 19. Jahrhunderts zeigt sich im Printjournalimus der Trend, dass sich die Tagespresse von einer vorwiegend informierenden Nachrichtenberichterstattung weg zu einer immer stärker emotionalisierenden, bewertenden und kommentierenden Berichterstattung hinwendet. Dies gilt sowohl für den deutschsprachigen Journalismus (BURGER/LUGINBÜHL 2014, 224–232; GIESSEN 2013; 2016) als auch im Besonderen für die britischen *national papers* (BARNHURST/MUTZ 1997; WARD 2007, 81–85; WILLIAMS 2010). Dieser Trend führte in Großbritannien einerseits zu einem Boom der sogenannten *down-market tabloids*, also Zeitungen wie *The Daily Mirror* (1903), *The Sun* (1969) oder *The Daily Star* (1978), anderseits führte er auch in der Qualitätspresse zu

einer deutlichen Zunahme meinungsbetonter Texte und Textsorten. WILLIAMS (2010, 222) konstatiert in diesem Zusammenhang etwa: „Opinion journalism is turning newspapers back into ‚views papers'", und ein parlamentarischer Bericht aus dem Jahr 2008 zitiert den damaligen Chefherausgeber des *Independent*, Simon Kelner, so:

> The idea that a newspaper is the notice board of what happened the previous day is so outdated and is signing our own death warrant […] the newspaper has to fulfil a completely different function in our lives, given that so much information is freely and instantly available. A newspaper's role would be to interpret, to analyse, to comment on but, if you like, to provide the views beneath the news.
> (HOUSE OF LORDS. SELECT COMMITTEE ON COMMUNICATIONS 2008, 18)

So überrascht es auch kaum, dass in vielen britischen Qualitätszeitungen aus der täglich erscheinenden „Meinungsseite" inzwischen ein mehrseitiges Meinungskonvolut wurde, das unter Rubriken wie „Opinion", „Comment" oder „Comment and Debate" das aktuelle politische und gesellschaftliche Leben bewertet und kommentiert.

Im vorliegenden Beitrag soll nun der Versuch unternommen werden, einzelne meinungsbetonte Texte aus Zeitungen der drei englischen Zeitungstypen *down-market, mid-market* und *up-market papers* zu analysieren und die den Texten zugrunde liegenden Bewertungsmuster, die sogenannten *journalistic voices*, zu beschreiben. Alle Bewertungen werden dabei nach der von (IEDEMA u. a. 1994) entwickelten *appraisal theory* erfasst und kategorisiert. Es soll erstens gezeigt werden, welche unterschiedlichen Arten der Bewertung in den Textsorten Bericht, Leitartikel, Kommentar und Kolumne zur Anwendung kommen, und zweitens, wie sich die Wahl der einzelnen Bewertungsmuster in den drei Zeitungstypen unterscheidet.

2. *Appraisal theory*

Die *appraisal theory* ist das Produkt eines australischen Forschungsprojekts, das in den Jahren 1992 bis 1995 unter dem etwas sperrigen Titel „Write-it-right: literacy in industry research project" unter Mitarbeit von

David Rose, Rick Iedema, Susan Feez und Peter White entstand (IEDEMA u. a. 1994). Ziel der a*ppraisal theory* ist es, eine umfassende Beschreibung linguistischer Evaluierungsmuster zu liefern, die sich als Teilsystem in die funktionale Linguistik nach HALLIDAY (1994) eingliedern lässt. Ein Teil des Projekts beschäftigte sich intensiv mit Zeitungstextsorten und erstellte ein Beschreibungs- und Analysemodell für Evaluierungsmuster in den Textsorten Bericht, Analyse und Kommentar. Dieses Modell soll im Folgenden in Anlehnung an IEDEMA u. a. (1994) und MARTIN/WHITE (2005, 35–38) näher beschrieben werden.

Die *appraisal theory* teilt Evaluierungen in drei Hauptkategorien ein: *engagement, attitude* und *graduation*. *Engagement* beschreibt jene sprachlichen Ressourcen, welche es erlauben, Evaluierungen ihren Urhebern zuzuordnen. *Engagement* umfasst somit Zitate, indirekte Rede, Hörensagen und Meinungen Dritter. *Graduation* umfasst alle Verstärkungen oder Abschwächungen von Evaluierungen, also etwa Komparative, Superlative, aber auch euphorische oder metaphorische Ausdrücke wie *einzigartig* oder *das ist Politik für den Mülleimer*. *Attitude* unterteilt sich in die Kategorien *affect, judgement* und *appreciation*. *Affect* umfasst alle emotionalen sprachlichen Ressourcen, mit denen Gefühle wie Freude oder Trauer, aber auch Sicherheit, Sympathie, Sorge oder Schrecken ausgedrückt werden. *Judgement* beinhaltet alle Beurteilungen menschlichen Verhaltens nach anerkannten gesellschaftlichen Normen. *Appreciation* schließlich umfasst alle Bewertungen von Gegenständen, Artefakten oder Naturphänomenen nach ästhetischen Gesichtspunkten. Für die gegenständliche Analyse sind vor allem die beiden Kategorien *judgement* und *appreciation* von Bedeutung. Diese sollen daher im Folgenden etwas genauer erläutert werden.

Judgement, das Beurteilungssytem für Bewertungen menschlichen Verhaltens, besteht aus den zwei Kategorien *social esteem* und *social sanction*, die wiederum in die Untergruppen *normality*, *capacity*, *tenacity* bzw. *propriety* und *veracity* unterteilt werden (s. Abbildung 1).

Normality beurteilt menschliche Verhaltensweisen gemäß ihrem Befolgen oder Abweichen von prototypischem, erwartbarem Handeln. Ein Beispiel ist:

(1) when the Fed **unexpectedly raised** rates (*Financial Times*, 20.3.2013)

Hier wird das Verhalten der Direktoren der *Federal Bank* als überraschend und daher als nicht normal evaluiert. Evaluierungen der Kategorie *capacity* beurteilen das Verhalten von Personen unter dem Gesichtspunkt der Kompetenz, z. B.:

(2) Britain's **clueless kids** think Delia Smith and Camilla, Duchess of Cornwall, are Henry VIII's wives. (*Daily Star*, 22.3.2013)

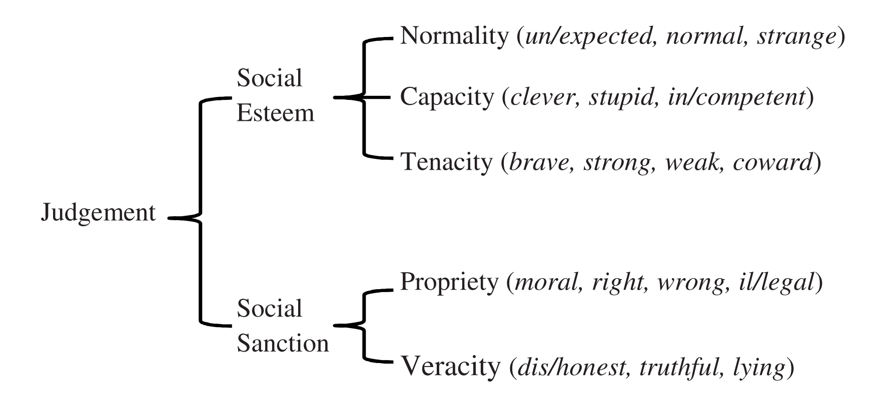


Abb. 1: Kategorien und Untergruppen von *judgement.*

Mit Evaluierungen der Kategorie *tenacity* urteilt der Sprecher über resolutes, durchsetzungsstarkes, mutiges Handeln, wie in:

(3) George Osborne directed **what help he could** towards aspirational families. (*Daily Express*, 21.3.2013)

Diese drei Untergruppen lassen sich unter die Kategorie der *social esteem* – der sozialen Wertschätzung – subsumieren. Erfährt eine Person positive Evaluierungen ihres persönlichen Handelns in den Medien, so steigert dies die soziale Wertschätzung der Gesellschaft für diese Person.

Negative Evaluierungen der *social esteem* lassen die allgemeine Wertschätzung für die handelnde Person sinken.

Noch bedeutender sind Evaluierungen aus dem Bereich *social sanction* – der sozialen Sanktionierung –, da diese auch strafrechtlich relevante Bereiche des gesellschaftlichen Lebens berühren.[1] So bewertet *propriety* Handlungen im Lichte der anerkannten gesellschaftlichen Normen moralisch korrekten und legalen Handelns. In Beispiel (4) wird das Verhalten des ehemaligen britischen Finanzministers George Osborne als bevormundend und herablassend und somit als unmoralisch bewertet.

(4) […] which is about **as patronising and condescending** as you would expect from Osborne (*Daily Star*, 21.3.2013)

Noch dramatischer ist eine Beurteilung wie in (5):

(5) what bright spark decided it would be a good idea for **Cyprus to steal from the people** who trusted it with their savings. (*Daily Express*, 21.3.2013)

Hier wird die Regierung Zyperns am Höhepunkt der Bankenkrise im März 2013 des Diebstahls, somit also eines Verbrechens, beschuldigt. Die Kategorie *veracity*, schließlich, urteilt über aufrichtiges, wahrhaftes und ehrliches Handeln oder Reden bzw. dessen Gegenteil. Ein Beispiel:

(6) All three are **devious liars**. They are guilty of a plan that was hatched to set fire to that house. It was an evil, stupid, shameful act. (*Daily Express*, 3.4.2013)

Hier werden drei überführte Brandstifter als hinterhältige Lügner abgestempelt. *Guilty, evil* und *shameful* sind obendrein negative Evaluierungen der Kategorie *propriety*, *stupid* ist eine negative Bewertung der *capacity*. Eine positive Evaluierung der *veracity* findet sich in (7):

---

1 MARTIN/WHITE (2005, 52) meinen dazu scherzhaft, wer viele negative *judgments* der Kategorien der *social esteem* erhält, braucht einen Therapeuten, wer solche der *social sanction* erfährt, benötigt einen Anwalt.

(7) He [George Osborne] translated it [das Budget] into a series of policies that though mainly modest in scope **represented** a good and **honest start**. (*Daily Express*, 21.3.2013)

Hier wird Osborne als der Mann dargestellt, der ehrliche Politik macht (*good* ist nebenbei eine positive Evaluierung der Kategorie *capacity*).

Appreciation ist jene Kategorie der *appraisal theory*, die Bewertungen von natürlichen Dingen und Phänomenen, von künstlich hergestellten Artefakten und Produkten und von nicht verhaltensbezogenen Eigenschaften von Menschen umfasst (s. Abbildung 2). Diese Kategorie setzt sich aus den drei Gruppen *reaction*, *composition* und *valuation* zusammen, wobei *composition* – die Bewertung der kompositionellen Ausführung eines Werks – für die gegenständliche Studie keine Rolle spielt.

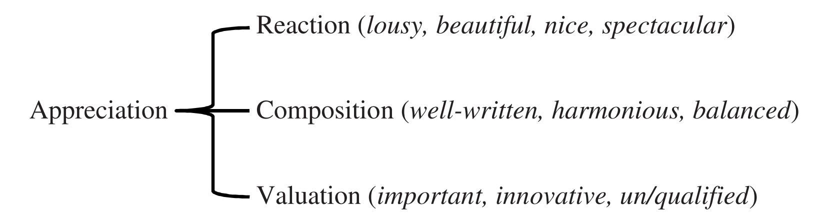


Abb. 2: Kategorien von *appreciation.*

Unter *reaction* versteht man die subjektive Beurteilung von Gegenständen, Phänomenen, Artefakten und Produkten nach ästhetischen Gesichtspunkten. Grundlage für die Beurteilung ist dabei die affektive Bewertung. Ein Beispiel ist (8):

(8) They say the sign of a **lousy** musical is one where you come out whistling the national anthem. (*Guardian*, 21.3.2013)

Hier wird der ästhetische Wert eines Musicals subjektiv als *lausig* bezeichnet. Im Gegensatz zur *reaction* beurteilt die *valuation* die Qualität eines Gegenstands oder Produkts basierend auf kognitiver Bewertung. Diese Art der Bewertung ist oft institutionalisiert und stützt sich auf eine breitere, objektivere Basis als die sehr subjektive und individuelle *reaction*. In Beispiel (9) nimmt der Kommentator eine kognitive Bewertung

vor und kritisiert das wirtschaftspolitische Handeln des Finanzministers als wenig innovativ und strategisch nicht durchdacht.

(9) [In the 2013 budget] there was **negligible economic innovation or strategy** to confront the slow deterioration and flatlining of the national economy. (*Guardian*, 21.3.2013)

2.1 *Mediated* und *unmediated appraisal*

Evaluierungen von Sachverhalten und von menschlichen Verhaltensweisen sind typisch für journalistische Textsorten. Es gibt jedoch einen bedeutenden Unterschied in ihrer Verwendung in den jeweiligen Textsortengruppen. Aufgrund des für Qualitätsjournalismus geltenden Objektivitätsanspruchs dürfen in meinungsneutralen, informationsbetonten Textsorten, vor allem im Bericht, keine persönlichen Meinungen des Reporters zum Ausdruck gebracht werden. Allerdings kann ein Reporter durchaus über Meinungen Dritter, z. B. Augenzeugen, Experten oder Politiker, berichten bzw. diese zitieren. Er muss dabei jedoch nach den Regeln[2] journalistischer Ethik den Urheber der subjektiven Bewertung deutlich machen. In den meinungsbetonten Textsorten hingegen steht die persönliche Bewertung eines Sachverhalts oder einer Handlung durch den Journalisten im Vordergrund.

Um diese Unterscheidung in zitierte und nicht-zitierte (auktoriale) Bewertungen in der Theorie abzubilden, haben IEDEMA u. a. (1994) die Kategorien *mediated* und *unmediated evaluation* eingeführt. Unter *mediated evaluation* werden alle zitierten, referierten oder von Dritten übernommenen Bewertungen verstanden. Mit *unmediated evaluation* werden die auktorialen, vom Verfasser des journalistischen Beitrags vorgenommenen Bewertungen bezeichnet. Mit geschickter Auswahl von zitierten Bewertungen, die von echten oder auch nur so genannten Experten vorgenommen wurden, kann ein Journalist auch im Bericht eine Reihe von Evaluierungen vornehmen und somit seine Meinung zumindest unterschwellig zum Ausdruck bringen.

---

2 Diese Regeln finden sich, z. B., in Reuters *Handbook of Journalism* (2012).

2.2 *Inscribed* und *evoked appraisal*

Eine weitere Besonderheit der *appraisal theory* besteht darin, dass Evaluierungen entweder semantisch explizit am lexikalischen Material der Evaluierung festgemacht – sozusagen denotativ „eingeschrieben“ – sind (*inscribed appraisal*) oder sich erst implizit aus dem Kontext ergeben – also konnotativ evoziert werden (*evoked appraisal*). Die oben angeführten Beispiele sind allesamt Belege für *inscribed appraisal*. Ein Beispiel für *evoked appraisal* ist:

(10) The audience in front of him stopped yawning only to yell abuse.

Dieser Auszug aus einer Glosse im *Guardian* vom 21.3.2013 bezieht sich auf George Osbornes Budgetrede vom März 2013. Der Autor (Simon Hoggart) urteilt darin implizit, dass die Rede langweilig war und das Budget wenig innovativ ist. Solches Anspielen, Andeuten oder Zwischen-den-Zeilen-Schreiben ist typisch für *evoked appraisal*. Viele explizite Bewertungen der Kategorie *appreciation* sind zugleich evozierte Beurteilungen der Kategorie *judgement*. Eine *valuation* aus einem anderen *Guardian*-Kommentar ist Beispiel (9) (siehe oben). Hier wird das Budget explizit als nicht innovativ und strategielos bezeichnet. Implizit muss daraus auch eine Evaluierung des Finanzministers abgeleitet werden, da sich ja ein Budget nicht selbst schreibt, sondern eine handelnde Person dahintersteht, die im Falle einer Bewertung des Budgets immer mitevaluiert wird.

3. *Journalistic voice*

Ausgehend von der von Iedema u. a. (1994) entwickelten und oben skizzenhaft dargestellten Theorie, entwarfen Martin/White (2005, 164–184) ein auf die journalistischen Textsorten *Bericht, Analyse* und *Kommentar* abgestimmtes Modell, welches das probabilistische Vorkommen der unterschiedlichen Evaluierungsformen in den einzelnen Textsorten abbildet. Sie sammelten dazu Pressetexte auf Online-Nachrichtenportalen (*bbc online*), von Nachrichtenagenturen (*Reuters, Associated Press*) sowie aus verschiedenen internationalen Qualitätszeitungen (*New York*

Times, The Times, The Guardian, The Sydney Morning Herald) und erhoben, welche Evaluierungsformen in welcher Textsorte Verwendung fanden. Mit den quantitativen Ergebnissen erstellten MARTIN/WHITE ein Bewertungsprofil (*attitudinal profile*) für die Textsorten Bericht, Analyse und Kommentar und fanden für jede dieser Textsorten ein unterschiedliches journalistisches Evaluierungsmuster. Ein vereinfachter Überblick über die drei *journalistic voices* ist in Abbildung (3) eingefügt.

Die grundlegende dichotomische Unterscheidung in den *journalistic voices* ist die in eine *reporter voice* und eine *writer voice*. *Reporter voice* findet man in den informationsbetonten Texten wie Meldung und Bericht. *Reporter voice* verzichtet auf nicht-zitierte, explizite Bewertungen menschlichen Handelns, also auf Urteile der Kategorie *judgement*. Bewertungen von Dingen (*appreciation*) werden zwar vom Berichterstatter vorgenommen, allerdings in einem geringeren Ausmaß als in den meinungsbetonten Textsorten. *Writer voice* finden wir in jenen Textsorten, die über eine reine Berichterstattung von Fakten hinausgehen und die daher auch subjektivere Sichtweisen, Analysen, Erklärungen, Einordnungen und Bewertungen zulassen. MARTIN/WHITE unterteilen sie in eine *correspondent voice* (für Analysen[3]) und eine *commentator voice* (für Kommentare). Die *correspondent voice* lässt zwar nicht-zitierte, explizite Verhaltensurteile zu, aber lediglich aus den Kategorien der *social esteem*, also aus *normality*, *capacity* und *tenacity*. Ebenso wenden Journalisten mit der *correspondent voice* nicht-zitierte explizite Bewertungen der Kategorien der *appreciation* an, und zwar deutlich häufiger als in der *reporter voice*.

3 Zu der kontroversiell diskutierten Frage, ob es sich bei der Analyse um eine objektive, informationsbetonte oder eine subjektive, meinungsbetonte Textsorte handelt, s. KALTENBACHER (2017, 72–73).

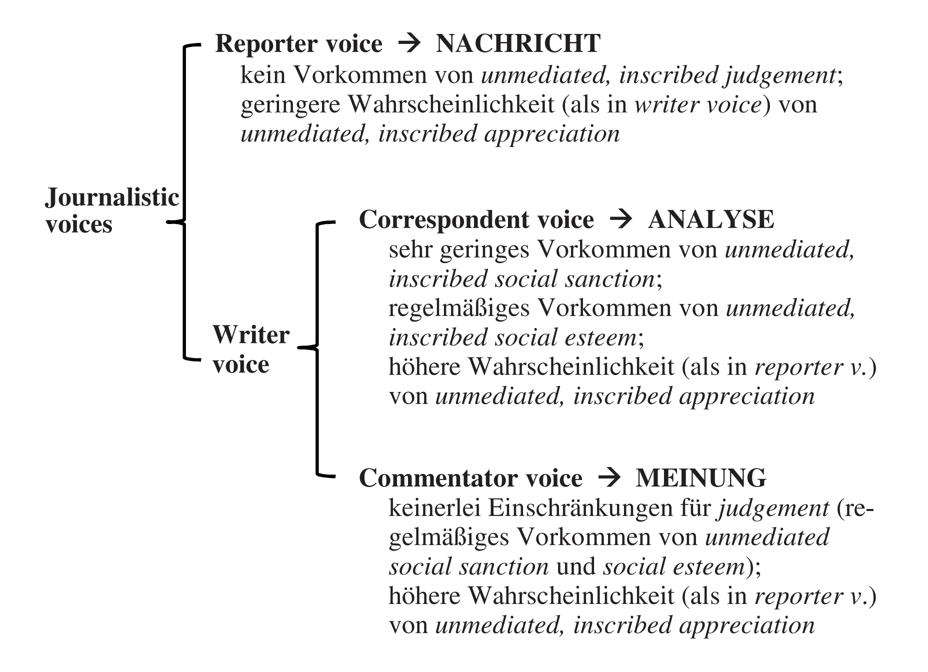


Abb. 3: *Journalistic voices*, nach MARTIN/WHITE (2005, 178).

In der *commentator voice*, in welcher nach MARTIN/WHITE (2005) klassische Kommentare verfasst sind, treten uneingeschränkt alle Arten der Beurteilung menschlichen Verhaltens auf, also auch jene der Kategorien der *propriety* und *veracity*, die den beurteilten Personen unmoralische oder gar illegale Handlungen und das Verbreiten von Unwahrheiten unterstellen. Ebenso finden sich in der *commentator voice* mehr explizite Bewertungen der Kategorien der *appreciation*.

Es ist hier festzuhalten, dass dieser Befund, der in vereinfachter Form auch schon von IEDEMA u. a. (1994) vorgeschlagen wurde, ausschließlich für Texte aus der sogenannten Qualitätspresse erstellt wurde. Eine Analyse der Beurteilungsmuster für die Boulevardpresse – also *mid-market* und *down-market papers* – fehlt bislang. Diese Forschungs-

lücke soll im Folgenden geschlossen werden. Ebenso soll gezeigt werden, welche der beiden unterschiedlichen *writer voices* in den meinungsbetonten Textsorten Leitartikel, Kommentar und Kolumne von den Autoren präferiert werden und ob sich hier systematische Unterschiede je nach Textsorte oder Zeitungsart ergeben.

4. Daten und Ergebnisse

Für die hier präsentierte Untersuchung wurden 16 Texte aus der dem *Helsinkier Kommentarkorpus* zugrunde liegenden Datenbank entnommen und einer qualitativen *Appraisal*-Analyse unterzogen. Die 16 Artikel sind in Tabelle 1 aufgelistet. Ein Ziel der Analyse war es, die in den unterschiedlichen Textsorten verwendeten *journalistic voices* zu erheben und festzustellen, ob die von MARTIN/WHITE (2005) für *up-market papers* erhobene Evaluierungssystematik auch für *down-market* und *mid-market papers* Geltung hat oder ob in diesen Zeitungen abweichende Bewertungsmuster zur Anwendung kommen.

Auf die schwierige Textsortensystematik in den *down-market tabloids* wurde bereits mehrfach hingewiesen. So stellen z. B. WARD (2007), WILLIAMS (2010) und KALTENBACHER (2016, 2017) fest, dass die Grenzen zwischen meinungsbetonten und informationsbetonten Textsorten in der *yellow press* kaum mehr erkennbar sind. Beinahe jeder Bericht enthält bewertende und kommentierende Elemente. In der britischen *Down-market*-Zeitung *Daily Star* gibt es den Kommentar als eigenständige Rubrik überhaupt nicht. Allerdings findet man in jeder Ausgabe auf Seite 6 eine Spalte mit drei kurzen Texten, von denen zumindest der erste formal den Kriterien eines Leitartikels entspricht: Diese Texte sind namentlich keinem Redakteur zugeordnet, immer im selben Layout an derselben Position zu finden und mit dem rot-weißen, fett gedruckten Titel „Daily Star Says …“ überschrieben. Die Artikel widmen sich meist den tagespolitischen Top News und kommentieren diese aus Sicht der *Daily Star* Redaktion.

Stilistisch haben diese *Editorials* nichts mit den Leitartikeln der *up-market papers* gemeinsam. Sie bedienen sich eines einfachen, umgangssprachlichen und sehr direkten Jargons und schrecken auch nicht davor zurück, die politischen Leitfiguren des Landes mit Vornamen anzusprechen, z. B.: „Well done, George!“ (Appell an den Finanzminister George Osborne am Tag nach dessen Budgetrede).

Auch das *mid-market paper Daily Express* weist auf seinen Meinungsseiten eine Besonderheit auf. Es bringt dort stets ein oder zwei längere Kommentare zum aktuellen politischen Geschehen sowie – ähnlich dem *Daily Star* – eine Spalte mit drei relativ kurzen Beiträgen unter dem Impressum der Zeitung und der Überschrift „Daily Express“. Formal stellen diese drei kurzen Texte die Editorials dar, während die längeren Beiträge von namentlich genannten Journalisten verfasst und dadurch formal als Kommentare gekennzeichnet sind.[4] Von der Funktion her scheinen hier Kommentar und Leitartikel die Rollen zu tauschen: Der ausführlichere, stilistisch anspruchsvollere Text ist Kommentar, der wesentlich einfacher geschriebene und verkürzte Artikel wird zum *Editorial*. Es scheint den *down-market* und *mid-market papers* ein Anliegen zu sein, ihre redaktionellen Standpunkte mit stilistisch möglichst einfachen Mitteln an den Leser zu bringen, während die individuellen Standpunkte einzelner Kommentatoren stilistisch aufgewertet werden. Dies markiert einen Kontrapunkt zu den *up-market papers*, in denen der Leitartikel immer die sprachlich und stilistisch anspruchsvollste Textsorte darstellt.

Textsorte	**Zeitung**	**Titel und Datum**
Bericht	*Daily Star*	Gazza: I’ve only had 5 big drinks in 11 Years (21.3.2013)
		Dopey Kids’ Facts Gaffes (22.3.2013)
	Daily Mail	‘Please don’t let me die, I need to water the plants’ (online 25.3.2013)
	Daily Express	Gazza told doctors: Don’t let me die, I need to water the plants (26.3.2013)

4 Zu diesen formalen Kriterien siehe KALTENBACHER (2016).

Leitartikel	*Daily Star*	1p a pint? Get real (21.3.2013)
	Daily Express	Labour's approach to the economy is unforgivable (21.3.2013)
	Guardian	The budget – Giving, taking but not growing (21.3.2013)
	Financial Times	A budget for tomorrow rather than today (21.3.2013)
Kommentar	*Daily Express*	A budget for those who play by the rules (21.3.2013)
		Nick Clegg is still completely wrong about immigration (23.3.2013)
	Guardian	Osborne's in the results game and he's shooting for 2015 (21.3.2013),
	Financial Times	Shrewd on the politics but dismal economics (21.3.2013)
Kolumne	*Daily Express*	Stinginess is never a good look for a man (21.3.2013)
		Oh Ken, whatever were you thinking? (21.3.2013)
	Guardian	Simon Hoggart's Sketch: Reasons to be tearful, Part 4 (21.3.2013)
		Simon Hoggart's Week (23.3.2013)

Tab. 1: Liste der analysierten Artikel aus der Datenbank zum *Helsinkier Kommentarkorpus*

4.1 Der Bericht

MARTIN/WHITE (2005, 178) haben für die Qualitätspresse festgestellt, dass im Bericht *unmediated*, *inscribed judgement* gar nicht und *unmediated*, *inscribed appreciation* nur mit geringer Wahrscheinlichkeit zu finden ist (s. Abbildung 3). Ein ähnlicher Befund ergibt sich für die beiden Berichte aus den *mid-market papers Daily Mail* (vom 25.3.2013) und *Daily Express* (vom 26.3.2013) über die Rückkehr des ehemaligen eng-

lischen Fußballstars Paul Gascoigne aus einer amerikanischen Suchtklink nach einer überstandenen Alkoholentziehungskur. Der *Daily Express* nimmt folgende Bewertungen vor:

(11) **troubled former football star** Paul Gascoigne (explizite negative *valuation*)

(12) the recovering **alcoholic** (explizite negative *valuation*)

Und die *Daily Mail* spricht von ihm einmal als

(13) **fallen football hero** Paul Gascoigne (explizite negative *valuation*)

Die hier verwendeten Attribute stellen Bewertungen der Kategorie *appreciation: valuation* dar, die im Bericht möglich, aber nicht sehr häufig sind.

Wesentlich mehr und auch inhaltlich kräftigere Bewertungen, wenn auch oft nur implizite, nimmt die *Down-market*-Zeitung *Daily Star* in ihrem Bericht vom 21.3.2013 vor:

(14) Gazza: I've only had 5 big drinks in 11 years. (**They must have been size of the Atlantic**) (implizite negative *veracity*)

(15) **Fallen football idol** (explizite negative *valuation*) Paul Gascoigne claims he has only had five big drinks in 11 years. The **alcoholic ex-England ace** (explizite negative *valuation*) **blamed his battle with the bottle on a few "little binges"**. (implizite negative *veracity*) The **former Spurs star** (explizite positive *valuation*) spent five weeks at an Arizona clinic after **his latest boozy nightmare**. (explizite negative *reaction* bzw. implizite negative *propriety*)

Der Ton dieses Beitrags ist vor allem aufgrund der verwendeten Ironie stark bewertend. Die Behauptung „they must have been size of the Atlantic" unterstellt dem Fußballstar, nicht ganz die Wahrheit zu sagen. Auch die Wortwahl „blamed" sowie die Hervorhebung von „little binges" mit Anführungszeichen deuten dies an. Alle drei Bewertungen stellen negativ evozierte Evaluierungen des Typs *judgement: veracity* dar. Der Ton ist insgesamt reißerisch und abwertend (*battle with the bottle, boozy nightmare*) und rückt Paul Gascoigne in ein schlechtes Licht.

In einem anderen Bericht mit dem Titel „Dopey Kids' Fact Gaffes" vom 22.3.2013 mokiert sich der *Daily Star* über die in einer Studie zu Tage geförderten Wissenslücken britischer Jugendlicher im Bereich Allgemeinbildung. In diesem Bericht wird Großbritanniens Jugend vom Autor gleich mehrfach negativ evaluiert, und zwar durch Bewertungen wie:

(16) **dopey** kids, **dopey** teens, Britain's **clueless** kids, the shocking lack of knowledge, **brainless** youngsters, they proved to be just as **clueless,** a **confused** one in 20 thought … (alle explizite negative *capacity*)

Bei diesen expliziten Evaluierungen handelt es sich um Urteile der Kategorie *judgement: capacity*. Über die Nachricht (die Bildungsstudie) wird hier also nicht nur berichtet, der Bildungsstand der Jugendlichen wird zudem auf ziemlich abwertende Weise kommentiert. Mit solchen Bewertungen verletzt der *Daily Star* die für die Qualitätspresse geltenden Standards, indem er explizite auktoriale Bewertungen menschlichen Verhaltens auch im Bericht vornimmt. Die Grenzen zwischen Bericht und Kommentar verschwimmen hier.

4.2 Der Leitartikel

Die Frage, ob es sich bei Leitartikeln um eine Unterkategorie des Kommentars oder eine eigenständige Textsorte handelt, wird in der Literatur durchaus kontrovers diskutiert (s. etwa LENK 2012, KALTENBACHER 2017). Sowohl IEDEMA u. a. (1994) als auch MARTIN/WHITE (2005) untersuchen den Leitartikel nicht als eigenständige Textsorte, sondern subsumieren diesen gemeinsam mit dem Kommentar unter die Kategorie *commentator voice*. Demnach sollten wir im Leitartikel vom Autor vorgenommene Evaluierungen der Kategorie *judgement* (sowohl *social sanction* als auch *social esteem*) ebenso vorfinden wie Bewertungen der Kategorie *appreciation*.

Vergleicht man allerdings die Leitartikel der Qualitätszeitungen *Guardian* und *Telegraph* mit den Leitartikeln aus dem *Daily Express* und dem *Daily Star*, so ergeben sich hinsichtlich der verwendeten Bewert-

tungskategorien durchaus Unterschiede. Beispielsweise verzichten beide Qualitätszeitungen in ihren Leitartikeln zu der jedes Jahr mit großer Spannung erwarteten und von Finanzminister George Osborne am 20.3.2013 im britischen Unterhaus vorgetragenen Budgetrede fast zur Gänze auf Evaluierungen der Kategorien der *social sanction*, also auf *veracity* und *propriety*. Der politisch linksgerichtete (und daher oppositionelle) *Guardian* ist in seinem Leitartikel vom 21.3.2013 generell sparsam mit der Verwendung von *judgement*. Lediglich drei Evaluierungen fallen in diese Kategorie:

(17) Running through all of this is a **canny ability** to **do populism on the cheap** (explizite positive *capacity* und implizite negative *veracity*)

(18) **the economic mess this government has landed in** (explizite negative *capacity*)

Hier wird der Finanzminister einmal als cleverer Populist tituliert (*capacity*), der Vorwurf des billigen Populismus ist jedoch ein zumindest evoziertes Urteil der Kategorie *social sanction: veracity*. Die Bewertung, die Regierung habe ein wirtschaftliches Chaos geschaffen, ist ein deutlich negatives Urteil der Kategorie *capacity*.

Auch die *Financial Times* ist zurückhaltend mit Evaluierungen der Kategorie *judgement*. Bewertungen richten sich eher an das Budget als Produkt als an den Schatzkanzler als handelnde Person. Der Leitartikel (vom 21.3.2013) enthält lediglich drei explizite Urteile über George Osborne:

(19) Mr **Osborne's plan is failing** (explizite negative *capacity*)

(20) the chancellor is going to **miss his self-imposed targets** (explizite negative *capacity*)

(21) he has **successfully stuck to policy actions** he had promised (explizite positive *tenacity*)

Davon sind die ersten beiden Urteile negative Bewertungen der Kategorie *capacity*, während dem Finanzminister im letzten Beispiel explizit positive *tenacity* zugestanden wird.

Beide Qualitätszeitungen – die *Financial Times* etwas deutlicher als der *Guardian* – orientieren sich in ihren Bewertungsmustern eher an dem Beurteilungsschema der *Correspondent Voice*, das nach MARTIN/WHITE (2005, 165−181) prototypisch für die objektivere Textsorte Analyse ist. Ein ganz anderes Bild ergibt sich in den Leitartikeln des *Daily Express* (*mid-market*) und des *Daily Star* (*down-market*).

Wie oben schon gezeigt, bedient sich der *Daily Express* im *Editorial* – in jenem Text, der nach den üblichen formalen Kriterien als Leitartikel der Zeitung gekennzeichnet ist – einer einfacheren Stilistik als der Hauptkommentar dieser Zeitung. Dies macht sich neben der Verwendung einer einfacheren Lexik und Syntax auch in einer größeren Menge an Evaluierungen bemerkbar. Der Leitartikel dieser konservativ-populistischen Zeitung (vom 21.3.2013) spart dabei nicht mit Bewertungen aller Kategorien, in denen Labourpolitiker in der Regel schlecht und konservative Politiker gut wegkommen. So wird beispielsweise behauptet, der damalige Schattenpremierminister Ed Miliband und der Schattenfinanzminister Ed Balls würden eine schändliche Show veranstalten, mit kindischen Beleidigungen um sich werfen und sich am Elend der Nation erfreuen:

(22) Ed Miliband and Ed Balls **put on a disgraceful show**, **throwing juvenile insults** and **seeming to revel in the nation's woes**. (alle drei explizite negative *propriety*)

Im Verlauf des Artikels wird ihnen neben Unfähigkeit (*capacity*) vor allem falsche Propaganda und absichtliche Täuschung (*veracity*) sowie Arroganz und Skrupellosigkeit (*propriety*) vorgeworfen. Der Leitartikel bedient sich also nicht nur Bewertungen der *social esteem*, sondern auch einer Fülle an expliziten negativen Bewertungen der Kategorien der *social sanction*.

Ein ähnliches Ergebnis liefert die Analyse des unter der Rubrik „Daily Star Says …“ firmierenden Leitartikels der *Down-market*-Zeitung

Daily Star (vom 21.3.2013). Der Leitartikel enthält sowohl Bewertungen der Kategorie *social esteem* (vor allem *capacity*) als auch Urteile der Kategorie *social sanction* (sowohl *veracity* als auch *propriety*). Die Bewertungen fallen erwartungsgemäß noch etwas deftiger aus als die des *Mid-market*-Blattes *Daily Express*, gleichwohl George Osborne für einige seiner Maßnahmen auch gelobt wird:

(23) **Well done**, George! (explizite positive *capacity*)

Abgesehen davon wird er jedoch hart und im Stammtischjargon attackiert:

(24) But the further 1 p cut in the price of a pint really just **reeks of** (implizite negative *veracity*) an **ill-thought-out gimmick**. (explizite negative *capacity*) A headline-grabber **to divert attention** (explizite negative *veracity*) from the fact that Chancellor Osborne has **utterly failed** (explizite negative *capacity*) to deliver on his promises, his forecasts on growth and borrowing. The **idea seems to be that if you give the people cheaper beer they won't notice**. (implizite negative *veracity*) Which is about as **patronising and condescending** (explizite negative *propriety*) **as you would expect from Osborne**. (implizite negative *normality*) And **so out of touch**. (explizite negative *capacity*)

Für die hier untersuchten Leitartikel kann somit konstatiert werden, dass ein Unterschied in der Verwendung der *journalistic voices* zwischen den beiden Qualitätszeitungen *Guardian* und *Financial Times* und den *mid-* bzw. *down-market papers Daily Express* und *Daily Star* besteht. Während erstere in ihren Leitartikeln die *correspondent voice* anwenden, wählt der Boulevard die freizügigere *commentator voice*, um auch schwerwiegendere Vorwürfe, wie absichtliche Täuschung, Lüge, Skrupellosigkeit und Gemeinheit, erheben zu können.

4.3 Der Kommentar

Wenn wir uns nun dem Kommentar zuwenden, so ist zunächst festzuhalten, dass der *Daily Star* diese Textsorte nicht kennt. Explizit als meinungsbetonte Texte markiert sind nur die mit „Daily Star Says …“ überschriebenen Leitartikel und einige wenige Kolumnen, die unter Titeln wie „View from the couch“ oder „Our man in the know“ geführt werden. Wie jedoch bereits oben gezeigt wurde, sind die Texte der *yellow press* grundsätzlich bewertend und kommentierend, so dass auf eine eigene Rubrik Kommentar verzichtet werden kann.

Das *Mid-market*-Blatt *Daily Express* wendet bereits im Leitartikel die Bewertungsmuster der *commentator voice* an. Da liegt es eigentlich nahe, dass sich auch der Kommentar dieser *voice* bedient. Der Kommentar (vom 21.3.2013) zu Osbornes Budgetrede, in dem der Finanzminister vorwiegend gelobt wird, entspricht jedoch eher der *correspondent voice*, mit Ausnahme einer – allerdings positiven – Bewertung von Osbornes *veracity*:

(25) Osborne **shows he understands needs** of hard-working people

(26) George Osborne **made a political breakthrough** yesterday (beide explizite positive *capacity*)

(27) he translated it [the budget] into a series of policies that **though mainly modest in scope** (explizite negative *valuation* bzw. implizite negative *tenacity*) represented **a good and honest start** (explizite positive *capacity* und *veracity*)

Diese überwiegend positive Evaluierung, die auf negative Urteile der *social sanction* völlig verzichtet, dürfte der konservativen Ausrichtung der Zeitung geschuldet sein, die seit 1945 bei jeder anstehenden *general*

election mit zwei Ausnahmen (2001 und 2015)[5] immer eine Wahlempfehlung für die Tories abgegeben hat. In einem anderen Kommentar (vom 23.3.2013) zur Immigrationspolitik Nick Cleggs (des Parteiführers des damaligen liberalen Koalitionspartners) ist der Kommentator weit weniger zimperlich und unterstellt Clegg Unehrlichkeit und totale Unfähigkeit:

(28) Clegg **has not the slightest intention of** ... doing these things (explizite negative *veracity*)

(29) As a result **he is reduced to token gestures** (implizite negative *veracity*)

(30) Clegg's proposals ... are **pathetically inadequate** to deal with the real problem (explizite negative *capacity*)

Der Kommentar im *Guardian* (vom 21.3.2013) entspricht ganz dem von MARTIN/WHITE (2005, 178) erstellten Profil der *commentator voice*. Er beinhaltet viele explizite und implizite Bewertungen aller Art aus den Kategorien des *appraisal systems*. Dies ist letztlich auch die Aufgabe der Textsorte Kommentar. Beispiele für die Vielfalt an Bewertungsmustern im *Guardian*-Kommentar sind:

(31) Osborne's ... **playing ugly** and **nicking** late winners. (explizite negative *propriety*)

(32) **The claim that the coalition would balance the books by 2015 went out the window long ago**. (implizite negative *veracity*)

(33) an **inadequate** tax take (explizite negative *valuation* bzw. implizite negative *capacity*)

(34) **calamitous** opinion polls (explizite negative *valuation* bzw. implizite negative *capacity*)

---

5 2001 gab der *Daily Express* eine Empfehlung für Tony Blairs *Labour Party* ab („Newspaper support in UK general elections"; theguardian.com), 2015 für die rechts-konservative UKIP („Endorsements in the United Kingdom general election, 2015"; en.wikipedia.org).

(35) two-thirds of **voters believing Osborne is doing a bad job** (zitierte explizite negative *capacity*)

Der Finanzminister wird in seinem Handeln im *Guardian* nicht nur implizit oder zitiert kritisiert. Er wird auch mit den stärksten Evaluierungskategorien der *social sanction* vom Kommentator direkt bezüglich seiner Ehrenhaftigkeit und Ehrlichkeit attackiert.

Die Bewertungen im Kommentar der *Financial Times* vom 21. März 2013 fallen weit weniger direkt aus. Dies liegt wohl daran, dass die *Financial Times* – anders als der links-gerichtete *Guardian* – eine wirtschaftsliberale Zeitung ist, die der konservativen Partei und deren Finanzpolitik derzeit eher freundlich gegenübersteht.[6] Kritik am Schatzkanzler wird daher implizit über den Umweg der *appreciation* ausgedrückt. Beispiele sind:

(36) The **failure** of the Budget is simple.

(37) That is **not good enough**.

(38) **Greater radicalism is needed.** (explizite negative *valuation* bzw. implizite negative *capacity* und *tenacity*)

An einer Stelle drückt sich der wohlwollende Grundtenor der Zeitung gegenüber der Finanzpolitik George Osbornes in einer explizit positiven Bewertung seiner *capacity* aus:

(39) the chancellor **succeeds in providing favours** to three core constituencies (explizite positive *capacity*)

Negative Bewertungen der *social esteem* fehlen im *FT*-Kommentar. Das ist eigentlich untypisch für den Kommentar. Andere innenpolitische Kommentare der *Financial Times* aus dem *Helsinkier Kommentarkorpus* verzichten ebenfalls auf Bewertungen der *social sanction*.

6 2010 und 2015 wurde von der *Financial Times* jeweils eine Wahlempfehlung für die *Conservative Party* abgegeben, während 2005 noch die Stimmabgabe für die *Labour Party* empfohlen worden war („Newspaper support in UK general elections"; theguardian.com).

Im Vergleich der Kommentare beider Zeitungen fällt somit auf, dass sich die *Financial Times* eher der *correspondent voice* bedient, während der *Guardian* die für Kommentare prototypische *commentator voice* nutzt und alle zur Verfügung stehenden Bewertungsmuster ausnützt. Die *Financial Times* macht – *very British* – noble Zurückhaltung zum Prinzip, während sich der *Guardian* als die angriffslustigere und aggressivere Zeitung positioniert.

4.4 Die Kolumne

Die Kolumne ist eine jüngere Textsorte der Pressegeschichte, die vor allem nach 1945 populär wurde (WILLIAMS 2010, 229). Sie stellt eine eigene Textsorte innerhalb der meinungsbetonten Texte dar, zählt aber nach der für die Erstellung des *Helsinkier Kommentarkorpus* zugrunde liegenden Definition (LENK/VESALAINEN 2012, 7–9) im Unterschied zum Leitartikel nicht zu den Kommentaren, obwohl sie offensichtlich reich an kommentierenden und vor allem an bewertenden Elementen ist. In welche Kategorie der *journalistic voices* die Kolumne fällt, wurde von MARTIN/WHITE (2005) nicht untersucht. Es darf jedoch mit großer Sicherheit angenommen werden, dass sich die Kolumne aufgrund ihres kritischen, satirischen und invektiven Charakters aller zur Verfügung stehenden Bewertungsmuster und somit der *commentator voice* bedient. Die zwei relativ kurzen Texte im *Daily Express* aus der regelmäßig erscheinenden Kolumne von Virginia Blackburn tragen teilweise bereits im Titel eine Bewertung. Im ersten Text (vom 21.3.2013) beschuldigt die Kolumnistin Mick Jagger und Sven-Göran Eriksson (den früheren Trainer der englischen Fußballnationalmannschaft), ihre ehemaligen Lebensgefährtinnen jahrelang ausgenützt und danach ohne finanzielle Versorgung zurückgelassen zu haben. Sie ist dabei in ihrer Wortwahl nicht zimperlich:

(40) They are both rich, both **lotharios** and have both been **behaving like absolute pigs** to women to whom they owe a great deal. (explizite negative *propriety*)

(41) having been **ritually humiliated** over the course of several decades by the father of her four children (explizite negative *propriety*)

(42) Why **can't these two men show an ounce of honest human decency and do the right thing**? (explizite negative *veracity* und *propriety*)

Im zweiten Text (ebenfalls vom 21.3.2013) wirft die Kolumnistin dem Schauspieler William Roach Sexismus und Dummheit vor sowie einen Hang zu sonderbarem Verhalten:

(43) He can be a **part of as many wacky spiritual sects** as he likes, **dress up as a druid and dance the light fantastic** around Stonehenge (alle explizite negative *normality*)

(44) **to play down something that destroys people's lives is appalling** (explizite negative *propriety*)

(45) Is it too much to ask that the **next time Bill opens his mouth he might engage his brain first**? (explizite negative *capacity*)

Wie bissig eine Kolumne auch in der Qualitätspresse sein darf, zeigen die beiden Beispiele des Starkolumnisten Simon Hoggart im *Guardian*. Die beiden Artikel, „Simon Hoggart's Sketch" und „Simon Hoggart's Week", repräsentieren eine britische Sonderform der Kolumne, den so genannten *parliamentary sketch*. Dabei handelt es sich um regelmäßig erscheinende, polemisch kommentierte Berichte über aktuelle politische Debatten im britischen Unterhaus. Ursprünglich waren solche Sketches die einzigen Berichte aus dem Parlament; heutzutage entsprechen sie eher bissigen Kommentaren mit berichtenden Elementen (KIRCHICK 2008; MCNAIR 2000, 67). Der Posten des *sketchwriters* gilt als einer der prestigeträchtigsten im britischen Journalismus überhaupt. In seinem *parliamentary sketch* „Reasons to be tearful" (21.3.2013) lässt Hoggart kein gutes Haar am Budget, am Finanzminister und an den Tories. Allerdings beschränkt er sich darin (noch) auf *judgements* der *social esteem*:

(46) All he had to **offer** was **the Slough of Despond** (explizite negative *valuation* bzw. implizite negative *capacity*)

(47) When he came up with tax-free childcare, the Tory party **gave a collective sigh**, **like a giant sloth rolling over in its sleep** (implizite negative *tenacity*)

An diesen Beispielen erkennt man den polemischen Charakter des Sketchs, aber auch den literarischen Anspruch, der an den *sketchwriter* gestellt wird. Dass sich der Sketch nicht nur auf die *correspondent voice* beschränkt, wird in der zweiten Kolumne von Simon Hoggart, „Simon Hoggart's Week" (23.3.2013), klar. Darin knöpft sich Hoggart noch einmal ein besonderes parlamentarisches Ereignis der Woche oder einen ausgesuchten Abgeordneten vor, um mit diesem abzurechnen. Er beginnt gleich mit drastischen Worten:

(48) Jim Sheridan, the MP who wants to ban sketchwriters from the Commons for being rude about politicians, **is a blithering idiot**. (explizite negative *capacity*)

(49) They will bang on about the way the public has no respect for parliament while apparently **doing all they can to pour contempt on any MP from the other side**. (explizite negative *propriety*)

(50) David Cameron is **particularly rough**. (explizite negative *propriety*)

Der Autor bedient sich hier klar der *commentator voice*, wie die Vorwürfe scheinheiligen und rücksichtslosen Verhaltens belegen.

Wenig überraschend ist, dass man im *Daily Star* politische Kolumnen vergeblich sucht. Unerwartet ist jedoch, dass man gesellschaftskritische Kolumnen ebenfalls kaum findet. Zwar gibt es regelmäßig erscheinende Kolumnen zu den Themen Mode, Musik und Sport, alle anderen gesellschaftlichen Bereiche werden jedoch in dieser für die *yellow press* typischen, hybriden Textsorte des bewertenden, polemisierenden Berichts, wie oben in 4.1 beschrieben, abgearbeitet. Zu den Sport-, Musik- und Modekolumnen lässt sich knapp sagen, dass sie sich nur der *correspondent voice* bedienen, auf Bewertungen der *propriety* und *veracity* aber, wohl themenbedingt, verzichten.

5. Diskussion und Ausblick

Im folgenden Abschnitt soll nun das von MARTIN/WHITE (2005) erstellte Modell der *journalistic voices* mit den in Kapitel 4 für die Textsorten Bericht, Leitartikel, Kommentar und Kolumne erhobenen Ergebnisse ergänzt und nach Zeitungsart (*down-market*, *mid-market* und *up-market paper*) differenziert werden. Tabelle 2 gibt noch einmal einen Überblick über die für die einzelnen Textsorten gefundenen Bewertungskategorien, wobei in dieser Tabelle die oben nur exemplarisch dargestellten Bewertungen um alle in den einzelnen Beiträgen vorkommenden Kategorien ergänzt wurden. Überträgt man die in Tab. 2 dargestellten Ergebnisse auf das von MARTIN/WHITE (2005) erstellte Modell, so ergeben sich für die einzelnen Textsorten die in den Abbildungen 4–6 dargestellten *journa-listic voices*.

Berichte werden in Qualitätszeitungen nach MARTIN/WHITE (2005) ausnahmslos in der evaluierungsarmen *reporter voice* verfasst, dem prototypischen Bewertungsmuster für das Genre Nachricht. Die im Rahmen dieser Studie untersuchten Berichte der beiden *mid-market papers Daily Express* und *Daily Mail* liegen ebenfalls deutlich im Bereich der *reporter voice*. Die beiden Berichte des *Daily Star* wenden allerdings die Evaluierungsmuster der *writer voice* an, wobei ein Bericht der *correspondent voice* entspricht, während der zweite Bericht auch Formen der noch weniger regulierten *commentator voice* anwendet (s. Abbildung 4). Diese Verschiebung zeigt einerseits, dass sich die *yellow press*, wie schon mehrfach festgestellt, nicht an die allgemeinen Regeln der neutralen und objektiven Berichterstattung gebunden fühlt. Sie zeigt aber auch, dass es sich beim Modell der *journalistic voices* mehr um ein Kontinuum als um ein starres System handelt, innerhalb dessen einzelne Texte oder ganze Rubriken einer Zeitung auch Zwischenpositionen einnehmen oder sich innerhalb der *writer voice* einmal dem einen, dann wieder dem anderen Bewertungsschema annähern können.

Zeitungstyp	Appreciation				Social Esteem				Social Sanction				Voice
	positiv		negativ		positiv		negativ		positiv		negativ		
	ex	im	ex	im	ex	im	ex	im	ex	im	ex	im	
Bericht													
down-market	+		+			+	+	+	+			+	Correspondent Commentator
mid-market	(+)		(+)										Reporter
Leitartikel													
down-market			+	+	+		+	+	+		+	+	Commentator
mid-market			+		+		+	+			+	+	Commentator
up-market			+	+	+	+	+	+				(+)	Correspondent
Kommentar													
mid-market	+		+	+	+	+	+	+	+	+			Commentator
up-market	+		+	+	+	+		+			+	+	Correspondent Commentator
Kolumne													
mid-market						+	+	+	+		+	+	Commentator
up-market			+				+	+	+		+	+	Correspondent Commentator

Tab. 2: Evaluierungsformen (Appreciation, Social Esteem, Social Sanction) nach Zeitungsart und Textsorte; ein Häkchen in Klammern (+) bedeutet sehr geringes Vorkommen.

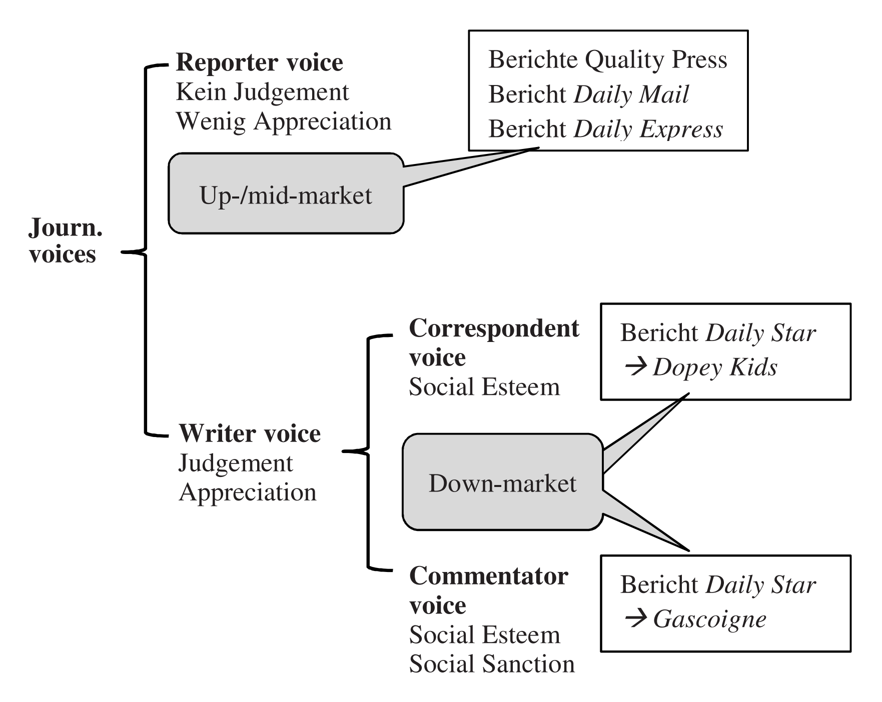


Abb. 4: Positionierung der Berichte im Modell der *journalistic voices.*

Abbildung 5 stellt die Positionierung der Leitartikel und Kommentare im Modell dar. Wie oben ausgeführt, gibt es in den *down-market papers* nur eine meinungsbetonte Textsorte, die man grob als Editorial bezeichnen kann. Es gibt aber keine Kommentare.[7] Dieser *Down-market*-Leitartikel

---

7 Dies mag an der thematischen Ausrichtung der *down-market tabloids* liegen, die sich ernsteren Themen, z. B. Politik und Wirtschaft, verschließen. Sie setzen vor allem auf Unterhaltung und auf Befriedigung von Sensationslust (WARD 2007, 82; WILLIAMS 2010, 197–199) sowie auf „human interest stories" (BEDNAREK (2006, 13), also auf Themen, die den Alltag des gewöhnlichen Bürgers aus den mittleren und unteren Gesellschaftsschichten betreffen. Meinung – vor allem intellektuell argumentierte Meinung – hat da wohl nur wenig Platz.

bedient sich erwartungsgemäß der alles verzeihenden *commentator voice*, und auch das *Mid-market*-Blatt *Daily Express* macht in der Wahl des Bewertungsschemas keinen Unterschied zwischen Leitartikel und Kommentar.

Die Kommentatoren im Boulevard nehmen sich alle Freiheiten der Evaluierung und nützen diese auch aus. Nur die *up-market papers* bedienen sich der zurückhaltenden *correspondent voice*. Das Wirtschaftsblatt *Financial Times* verzichtet auf Urteile der *social sanction* – wohl weil es sich weniger mit gesellschaftlich interessanten oder aufregenden Persönlichkeiten und deren Verhalten beschäftigt, sondern mit Wirtschafts- und Finanzpolitik, für welche Bereiche vor allem die Sachkompetenz der handelnden Personen, die in den Kategorien der *social esteem* abgebildet wird, relevant ist. Dabei macht die *Financial Times* keinen Unterschied zwischen den beiden Textsorten Leitartikel und Kommentar. Der *Guardian* wählt für den Leitartikel die *correspondent voice* und für den Kommentar die kräftigere *commentator voice*.

Interessant wäre es, in diesem Zusammenhang zu erheben, welche *Voice* diese Zeitungen beim Bewerten und Kommentieren von Nicht-Briten oder von in Ungnade gefallenen Personen anwenden. Welche Beurteilungen erhalten beispielsweise beliebte Feindbilder der britischen Presse, wie Angela Merkel, Jean-Claude Juncker oder Tony Blair? So hat etwa BAMMER (2017) in einer Analyse zweier Leitartikel des *Guardian* und des *Daily Telegraph* zum britischen Brexitreferendum im Mai 2016 gezeigt, dass beide Zeitungen in ihren Leitartikeln sowohl den EU-Politikern als auch den britischen Brexitbefürwortern bzw. -gegnern durchaus zahlreiche negative Urteile aus den Kategorien *propriety* und *veracity* ausstellten.

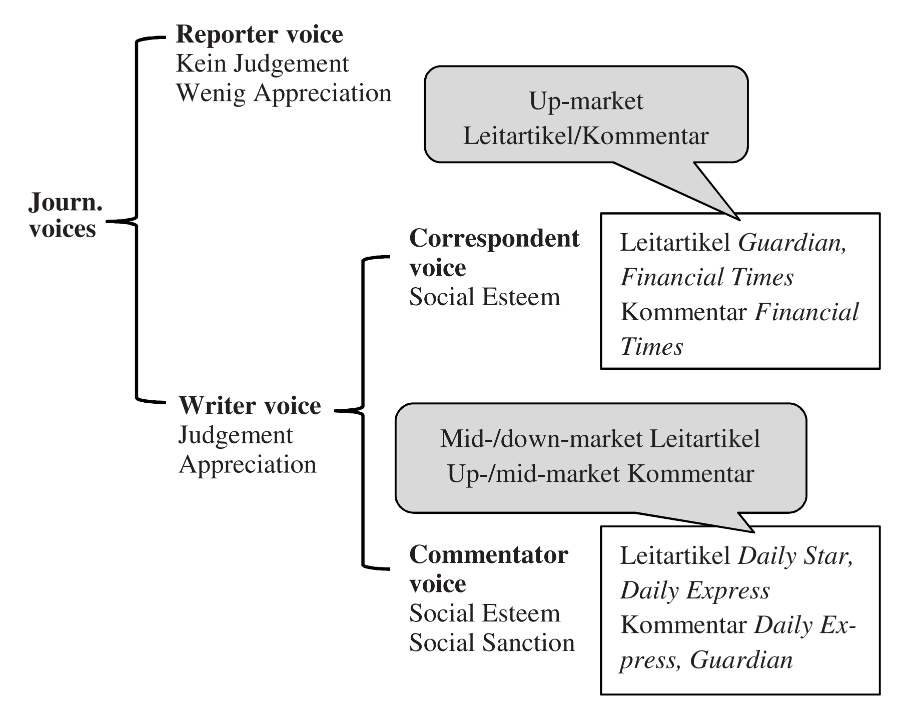


Abb. 5: Positionierung der Leitartikel und der Kommentare im Modell.

Was die Trennung von Leitartikel und Kommentar in zwei Textsorten angeht, so ist zu konstatieren, dass diese Unterscheidung aufgrund der in den einzelnen Zeitungstypen zur Anwendung gebrachten *journalistic voice* nicht zutreffend ist. Zu demselben Ergebnis kam bereits eine Untersuchung zur Anwendung von Modalausdrücken als Ausdruck subjektiver/objektiver auktorialer Orientierung (KALTENBACHER 2017). Mit Ausnahme des *Guardians* wenden alle hier untersuchten Zeitungen jeweils dasselbe Bewertungsmuster für meinungsbetonte Texte an, und auch im *Guardian* sind die Unterschiede in den Bewertungen eher marginal.

Abbildung 6 stellt die Position der Kolumne im System der *journalistic voices* dar. Die Kolumnen der *Up-market*-Zeitung *Guardian* positionieren sich abhängig vom Thema bzw. vom Ziel der Kritik entweder im Bereich der *correspondent voice* (Sachthema) oder im Bereich der *commentator voice* (persönliche Invektive). Die Kolumnen der *mid-market papers*, die fast immer das Verhalten von Personen thematisieren, bedienen sich klar der *commentator voice*. Es kann also für die Kolumne festgehalten werden, dass, sobald es um Personen und somit notwendigerweise um menschliches Verhalten geht, wohl auch in der Qualitätspresse immer Urteile der Kategorie *social sanction* gefällt werden.

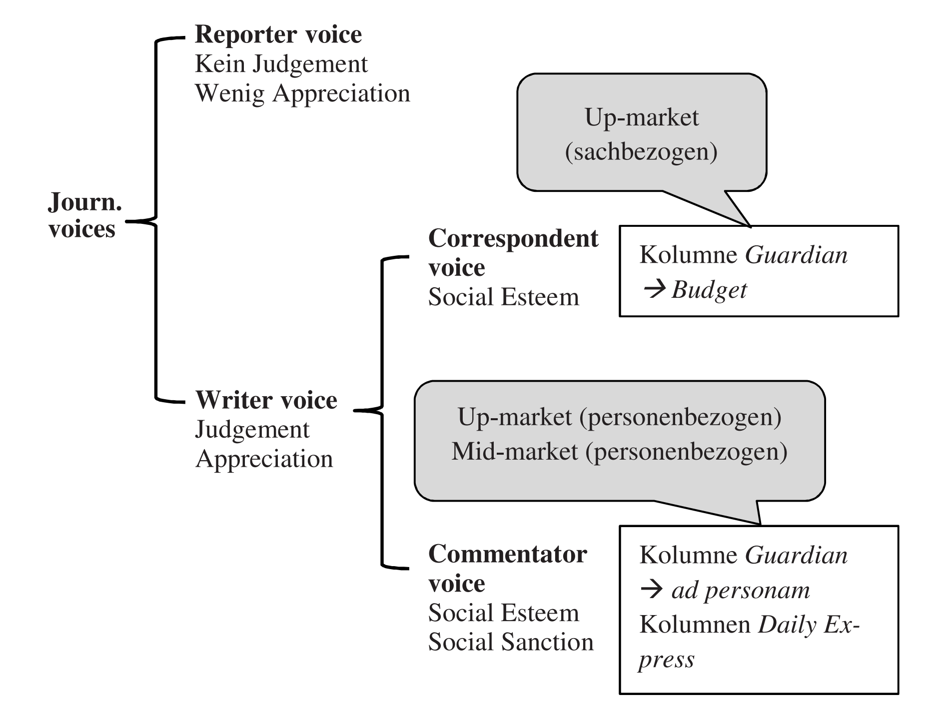


Abb. 6: Positionierung der Kolumnen im Modell

Zusammenfassend ist zu sagen, dass der hier erhobene Befund einer umfangreicheren quantitativen Prüfung bedarf, die sowohl mehr Texte je Textsorte als auch weitere Zeitungen der unterschiedlichen Zeitungsarten integriert. Dennoch können auf Basis der hier vorgestellten Untersuchung folgende Punkte mit einiger Sicherheit festgestellt werden. Das System der *journalistic voices* hat für *down-market papers* keine Gültigkeit, was auch zu erwarten war. Grundsätzlich können in den *tabloids* in jedem Artikel Bewertungen nach der *commentator voice* vorgenommen werden; eine klare Trennung in Nachricht und Meinung gibt es hier nicht. *Mid-market papers* wählen, wie im Modell vorhergesagt, für den Bericht die *Reporter Voice* und für den Kommentar die *commentator voice*. Die größte Differenzierung in der Wahl einzelner *voices* findet man in den *up-market papers*. Es kommt nicht automatisch die *commentator voice* zur Anwendung, sondern die Autoren wählen bewusst und bedacht je nach Thema eines Meinungsbeitrags eine der beiden *writer voices* aus, wobei insgesamt mehr Zurückhaltung im Bewerten menschlichen Handelns festzustellen ist, als im Modell vorhergesagt wird. Ob diese Zurückhaltung, die einen deutlichen Unterschied zum Boulevard manifestiert, mittelfristig noch deutlicher für die Qualitätspresse zum Programm wird oder ob sie, wie etwa von WARD (2007) oder WILLIAMS (2010, 227–232) vorausgesagt, einem immer mehr und stärker bewertenden Kommentieren weichen wird, ist eine der aktuellsten Fragen in der gegenwärtigen Journalismusforschung. Man darf gespannt sein.

Literatur

Anderson, Peter J./Ward, Geoff. (Hrsg.) (2007): The Future of Journalism in Advanced Democracies. Aldershot.

Bammer, Patrick (2017): “Vote leave to benefit from a world of opportunity”? Appraisal in British newspaper editorials on the EU referendum. Unversität Salzburg: Unveröffentlichte BA-Arbeit.

Barnhurst, Kevin G./Mutz, Diana (1997): American Journalism and the Decline in Event-Centered Reporting. In: Journal of Communication 47/4, 27–53.

Bednarek, Monika (2006): Evaluation in Media Disourse: Analysis of a Newspaper Corpus. London/New York.

Burger, Harald/Luginbühl, Martin (2014): Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. 4. Auflage. Berlin/Boston.

Giessen, Hans W. (2013): All the news that's fit to understand. Über mögliche Gründe für interpretatorische und emotionale (subjektive und narrative) Darstellungsformen in der Qualitätspresse. In: Lüger, Heinz-Helmut/Rössler, Andrea (Hrsg.), 23–30.

Giessen, Hans W. (2016): Nur noch Kommentare? Zum Verschwinden eines Genres – am Beispiel der *Süddeutschen Zeitung*. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 149–168.

Giessen, Hans W./Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.) (2017): Persuasionsstile in Europa III. Linguistische Methoden zur vergleichenden Analyse von Kommentartexten in Tageszeitungen europäischer Länder. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 232–233).

Halliday, Michael A. K. (1994): An introduction to functional grammar. London.

House Of Lords. Select Committee on Communications (2008): The ownership of the news, Volume I: Report. London.

Iedema, Rick/Feez, Susan/White, Peter R. R. (1994): Media Literacy. Write It Right Industry Research Monograph, Vol. II. Sydney.

Kaltenbacher, Martin (2016): Meinungsbetonte Textsorten in der britischen Tagespresse: Differenzierung, Verortung, Vernetzung. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 93–126.

Kaltenbacher, Martin (2017): Was macht den Kommentar zum Kommentar? Auktoriale Orientierung als Textsortenindikator in englischen Zeitungstexten. In: Giessen, Hans, W./Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 57–75.

Kirchick, James (2008): Parliament's Peanut Gallery: The wit and wisdon of Britain's sketch writers. In: Columbia Journalism Review. http://archives.cjr.org/essay/parliaments_peanut_gallery.php [20.04.2017]

Lenk, Hartmut E. H. (2012): Methodologische Probleme des Textsortenvergleichs am Beispiel des Kommentars. In: Tekst i dyskurs/Text und Diskurs 5, 155–171.

Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.) (2016): Persuasionsstile in Europa II. Kommentartexte in den Medienlandschaften europäischer Länder. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 229–231).

Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (2012): Der Kommentar als persuasiver Text. Vergleichende Untersuchungen zu einer meinungsbetonten Textsorte in europäischen Massenkommunikationsmedien. In: Lenk, Hartmut E. H./ Vesalainen, Marjo (Hrsg.), 7–31.

Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.) (2012): Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 218–219).
Martin, Jim R./White, Peter R. R. (2005): The Language of Evaluation: Appraisal in English. London/New York.
McNair, Brian (2000): Journalism and Democracy. An evaluation of the political public sphere. London.
Reuters (2012): Handbook of Journalism. Thomson Reuters. Online: handbook.reuters.com.
Ward, Geoff (2007): UK National Newspapers. In: Anderson, Peter J./Ward, Geoff (Hrsg.), 73–87.
Williams, Kevin (2010): Read all about it! A history of the British newspaper. London.
www.en.wikipedia.org: Endorsements in the United Kingdom general election, 2015. https://en.wikipedia.org/wiki/Endorsements_in_the_United_Kingdom_general_election, 2015.
www.theguardian.com Newspaper support in UK general elections, 2010. https://www.theguardian.com/news/datablog/2010/may/04/general-election-newspaper-support.

MELANIE ANNA KERSCHNER

„Was halten Sie davon?" – Kommentierungstypen in britischen Qualitätszeitungen und *mid-market papers*

Unterschiede im Persönlichkeitsgrad und in der Art der Personalisierung

Abstract

The present research project attempts to give insights into the way journalists try to persuade their readers by employing various personalisation strategies in their commentaries. One linguistic tool to create a collective identity is the use of personal, possessive and reflexive pronouns. The choice of the pronoun (whether 1st or 2nd person, singular or plural), the discourse participant(s) it refers to as well as the context of use (i. e. a statement, a command, a rhetorical question, etc.) determine the personalising effect. Based on this, four different types of commentaries will be suggested.

1. Personalisierung in Pressetexten

Meinungsbetonte Pressetexte, wie der Leitartikel und der Kommentar, sind auf die Beeinflussung des Lesers orientierte, von Journalisten des betreffenden Mediums verfasste Texte, die ein Ereignis oder soziales Problem einordnen und bewerten, eine Prognose geben und/oder bestimmte Handlungen empfehlen. Leitartikel können als eine besonders herausgehobene Variante des Kommentars gelten. Bevor der Leser jedoch von der im Text dargestellten Meinung überzeugt werden kann, muss die aus der Anonymität des Massendiskurses resultierende soziale Distanz überwunden werden (vgl. KERSCHNER 2017a, 25−31; KERSCHNER 2017b, 171−173).

Der situative Rahmen der Kommunikation ist bei Pressetexten sehr spezifisch. Einige dieser Charakteristika werden von BURGER/LUGINBÜHL (2005, 1–2) und von BEDNAREK (2006, 14–15) aufgelistet:

- Nachrichtentexte werden mithilfe verschiedenster Medien für den kurzfristigen Verbrauch durch eine Vielzahl von Menschen kontinuierlich angeboten.
- Die Produktion von Nachrichtentexten erfolgt durch mehrere Textproduzenten, wie z. B. Journalisten, Reporter, Redakteure etc., in verschiedenen Entstehungsphasen.
- Die Kommunikation erfolgt einseitig (vom Kommunikator zum Rezipienten), wobei diese Beziehung asymmetrisch zu Gunsten des Kommunikators ist und Feedback nur in Form von Leserbriefen, Online-Kommentaren, Diskussionsforen und Statistiken möglich ist.
- Die Textproduzenten richten sich an ein heterogenes, ihnen unbekanntes Publikum. Aufgrund der Anonymität der Massenkommunikation und des Mangels an Feedback gehen sowohl die Textproduzenten als auch die Rezipienten von einem stereotypischen Bild des jeweils anderen aus.

Die daraus resultierende soziale Distanz sowie die Einseitigkeit der Kommunikation führen zu einer Lücke im Diskurs, die es zu überwinden gilt. Der Autor stützt sich dabei auf sogenannte ‚Personalisierungsstrategien', um die Illusion einer interpersonellen Beziehung zwischen Autor und Leser zu erwirken (vgl. KERSCHNER 2019, 31–33).

Da bei meinungsbetonten Pressetexten das Bewerten und das Evaluieren von Ereignissen und Personen im Vordergrund stehen, ist mit einer erhöhten Frequenz von Personalisierungsstrategien zu rechnen. Einen guten und prägnanten Überblick über die verschiedenen Ebenen der Personalisierung und deren Auftreten in Form von linguistischen Charakteristika der mündlichen Kommunikation in Massenmedientexten findet man in LANDERT (2014, 35). Je nachdem, welcher Diskursteilnehmer, das heißt, der Autor, der Leser oder die im Text beschriebenen Nachrichtenakteure, in den Vordergrund rückt, unterscheidet man zwischen drei verschiedenen Dimensionen der Personalisierung. Zusätzlich kann der

Grad der Personalisierung deutlich variieren. So können Nachrichtenakteure als Betroffene oder Opfer präsentiert werden, deren Eindrücke zitiert werden. Der Rezipient kann als kritischer Leser dazu aufgefordert werden, seine persönliche Meinung in Form von Leserbriefen oder Onlinekommentaren kundzugeben. Der Autor wiederum kann als Privatperson dargestellt werden, die ihre persönlichen Erfahrungen zu dem jeweiligen Thema mitteilt (vgl. LANDERT/JUCKER 2011, 1422−1425; LANDERT 2014, 10; LUGINBÜHL 2012, 202−207 und 2014, 113−117).

Zudem kann Personalisierung auf drei verschiedenen Ebenen angesiedelt sein:

– auf der Ebene des **situativen Rahmens der Kommunikation**
– auf **inhaltlicher** Ebene
– auf **linguistischer** Ebene

Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich mit Personalisierungsstrategien in Bezug auf den Autor und den Leser, die auf allen drei Ebenen, das heißt sowohl auf der Ebene des situativen Rahmens der Kommunikation als auch auf inhaltlicher und linguistischer Ebene, realisiert werden. Tabelle 1 soll einen Überblick über die empirisch untersuchten Dimensionen und Ebenen der Personalisierung in der Autor-Leser-Beziehung geben. Es handelt sich dabei um eine übersetzte und rein auf die Rolle des Textproduzenten und des Lesers konzentrierte Version von LANDERTS (2014, 35) Übersicht zu den Dimensionen und Charakteristika der Personalisierung:

	Situativer Rahmen der Kommunikation	**Inhaltliche Ebene**	**Linguistische Ebene**
Textproduzent	– Hintergrundinformationen zum Autor: Name, Bild, Informationen bezüglich Beruf oder Interessen des Autors	– meinungsbetonte Texte – Beschreibung persönlicher Erfahrungen des Autors	– Selbstreferenzen durch Pronomina

Leser	– Möglichkeit von Feedback und Interaktion mit dem Textproduzenten (z. B. in Form von Online-Kommentaren oder Diskussionsforen) – Benutzerprofile	– Geschichten, die Leser involvieren oder direkt betreffen	– direkte Leseranrede in Form von Pronomina – an den Leser gerichtete Fragen – an den Leser gerichtete Imperative

Tab. 1: Dimensionen und Charakteristika der Personalisierung in der Autor-Leser-Beziehung.

2. Kriterien für die vorliegende empirische Untersuchung

Personalisierung in Hinblick auf den **situativen Rahmen** des Pressetextes äußert sich beispielsweise in Form von Hintergrundinformationen zum Autor. Die Webseiten mancher Tageszeitungen bieten eigene Profile der Textproduzenten an, die deren Werdegang und andere Informationen enthalten. Da sich die vorliegende Studie ausschließlich mit den Printausgaben zweier britischer Tageszeitungen (d. h. *The Guardian* und *The Daily Express*) aus dem *Helsinkier Kommentarkorpus* befasst, können jedoch ausschließlich Hintergrundinformationen zum Textproduzenten, die unmittelbar im Zeitungstext zur Verfügung stehen, untersucht werden. Dies bedeutet in Bezug auf die vorliegende Analyse, dass untersucht wird, ob der meinungsbetonte Text unterschrieben ist, ob der Text durch ein Bild des Autors ergänzt wird und ob sonstige Informationen bezüglich Beruf oder Interessen des Autors zur Verfügung gestellt werden. Da sich die Interaktion mit dem Textproduzenten in Printausgaben auf Leserbriefe beschränkt, das untersuchte Korpus jedoch nur Leitartikel und Kommentare umfasst, kann diese Art der Personalisierung nicht berücksichtigt werden.

Aus **inhaltlicher Sicht** handelt es sich um meinungsbetonte Texte. Hierbei ist es von Interesse, ob es sich um die Beschreibung persönlicher Erfahrungen des Autors oder um allgemeine Sachverhalte handelt, zu de-

nen der Autor Stellung nimmt. Weit schwieriger zu beantworten ist die Frage, ob es sich um Geschichten handelt, die den Leser direkt betreffen oder zumindest involvieren. Solch eine Forschungsfrage kann nur mithilfe von Rezeptionsforschung ausreichend beleuchtet werden, was den Rahmen dieses Beitrags sprengen würde.

Am konkretesten gestaltet sich die Untersuchung von Personalisierungsstrategien auf **linguistischer Ebene**. Hier gilt es zu untersuchen, ob der Autor seine eigenen Erfahrungen und Gefühle in Form von Selbstreferenzen (1. Person Singular *I*) oder ‚exklusivem *wir*' schildert und ob der Leser direkt (*you*) oder indirekt (mithilfe von ‚inklusivem *wir*' und an den Leser gerichteten Fragen und Imperativen) angesprochen wird. Zusätzlich hat das jeweilige behandelte Thema und Ressort einen Einfluss auf den Persönlichkeitsgrad des Nachrichtentextes (vgl. COLE/ HARCUP 2010, 3–6).

Abbildung 1 soll einen Überblick über die Analysekriterien und ihren Zusammenhang geben:

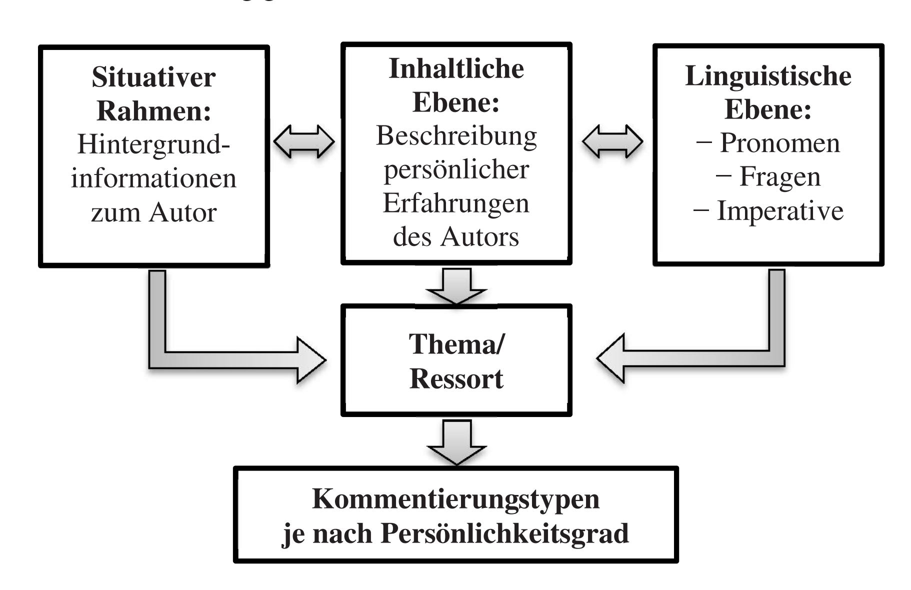


Abb. 1: Analysekriterien der empirischen Untersuchung.

3. Ziel der Untersuchung und Auswahl des Korpus

Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich mit Personalisierungsstrategien, die den Anschein einer persönlichen Beziehung zwischen Autor und Leser erwecken sollen. Zusätzlich werden die Qualität der Zeitung (d. h. Qualitätszeitungen vs. *mid-market papers*) sowie die Themenauswahl und deren sprachliche Beschreibung berücksichtigt. Ziel ist es, je nach Persönlichkeitsgrad und Art der Personalisierung unterschiedliche Kommentierungstypen auszumachen. Darüber hinaus ist von Interesse, wie stark sich die Verteilung solcher Kommentierungstypen zwischen Qualitätszeitungen und *mid-market papers* unterscheidet bzw. ob einer der Typen in einer bestimmten Zeitung dominiert.

Da es sich hierbei um eine qualitative Analyse mit einem relativ kleinen Korpus (d. h. 10 Kommentare bzw. Leitartikel pro Zeitung) handelt, können von den Ergebnissen keinesfalls Generalisierungen auf die gesamte britische Zeitungslandschaft vorgenommen werden. Zweck der Analyse ist es vielmehr, Tendenzen in der Gestaltung und Variation von Kommentierungstypen und im Umgang mit dem Lesepublikum zu erkennen.

Das hierzu untersuchte Korpus umfasst jeweils 10 meinungsbetonte Texte aus der britischen Qualitätszeitung *The Guardian* und dem zu den *mid-market paper* zu rechnenden *The Daily Express*. Da die Texte in Bezug auf ihre Länge starke Unterschiede aufweisen, wurden alle Ergebnisse auf eine Durchschnittslänge von 1.000 Wörtern pro Text normalisiert. Erwartungsgemäß herrscht im *Guardian* eine klare Trennung zwischen meinungsbetonten und tatsachenbetonten Texten vor, eine Grenze, die beim *Daily Express* stark verschwimmt. Im *Daily Express* ist oft nicht klar, ob die dargelegte Meinung von der Redaktion bzw. dem Autor stammt oder ob es sich um Fakten handelt. Ein weiterer Unterschied lässt sich in der Gestaltung der Überschriften erkennen. Während der *Guardian* versucht, die Aufmerksamkeit des Lesers zu binden, indem viele Überschriften kurze Rätsel darstellen und man erst beim Lesen des Textes über das angesprochene Thema Bescheid weiß, spricht der *Daily Express* das behandelte Nachrichtenereignis direkt in der Überschrift an. Im

Gegenzug zum *Guardian* sind die Texte im *Daily Express* vergleichsweise kurz. Dies lässt darauf schließen, dass der *Guardian* dem Leser eine längere Aufmerksamkeitsspanne abverlangt. Wie jedoch äußert sich dies in der Verwendung und der Art der Personalisierung?

Eine letzte Anmerkung in Bezug auf die allgemeinen Unterschiede zwischen den beiden Tageszeitungen sei der Themenverteilung der meinungsbetonten Texte gewidmet. Während sich der *Guardian* in seinen Kommentaren und Leitartikeln unter anderem mit Innen- und Außenpolitik, Wirtschaft und Finanzen, Technik, Sport, Kunst, Erziehung und Bildung, Gesundheit und Soziales sowie Feminismus befasst, enthält der *Daily Express* darüber hinaus sehr viele Texte mit seichten Inhalten wie z. B. Lifestyle und Beauty, Prominente, Gärtnerei und Wetter.

Welche Unterschiede nun jedoch konkret im Personalisierungsgrad der Texte sichtbar werden bzw. welche Kommentierungstypen sich daraus ergeben, sei im Folgenden untersucht.

4. Unterschiede in der Personalisierung zwischen britischen Qualitätszeitungen und *mid-market papers*

In Bezug auf die **linguistische Ebene** der Personalisierung in Form von Selbstreferenzen, direkter Leseranrede, ‚inklusivem und exklusivem *wir*', Imperativen und Fragen deuten meine Ergebnisse darauf hin, dass in beiden Korpora, auf den Autor bezogene Selbstreferenzen klar dominieren (54 % gesamt) (siehe Abbildung 2 und 3). Interessanterweise sind, wenn es um die eigenen Erfahrungen des Autors geht, keine Unterschiede zwischen Qualitätszeitung und *mid-market paper* erkennbar. ‚Inklusives *wir*', welches sowohl den Autor als auch den Leser miteinbezieht, tritt insgesamt mit gleicher Häufigkeit auf wie die direkte Leseranrede (jeweils 12 %) (siehe Abbildung 2). Hier sind jedoch klare Unterschiede zwischen den Zeitungen erkennbar. Während im *Daily Express* die direkte Leseranrede die zweithäufigste Form der sprachlichen Personalisierung darstellt (gefolgt von an den Leser gerichteten Imperativen

und ‚inklusivem *wir*'), ist der *Guardian* in Bezug auf die restlichen Mittel der sprachlichen Personalisierung (abgesehen von Selbstreferenzen) eher zurückhaltend.

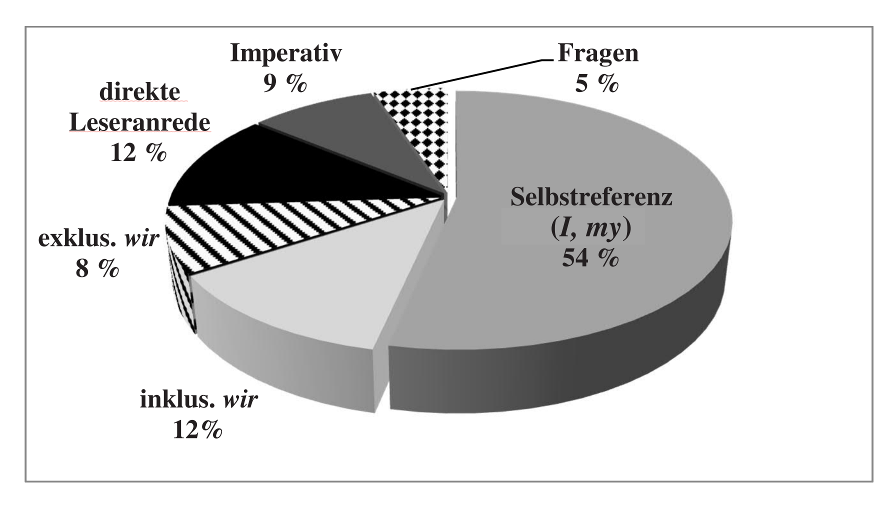


Abb. 2: Personalisierende Pronomina im gesamten Korpus.

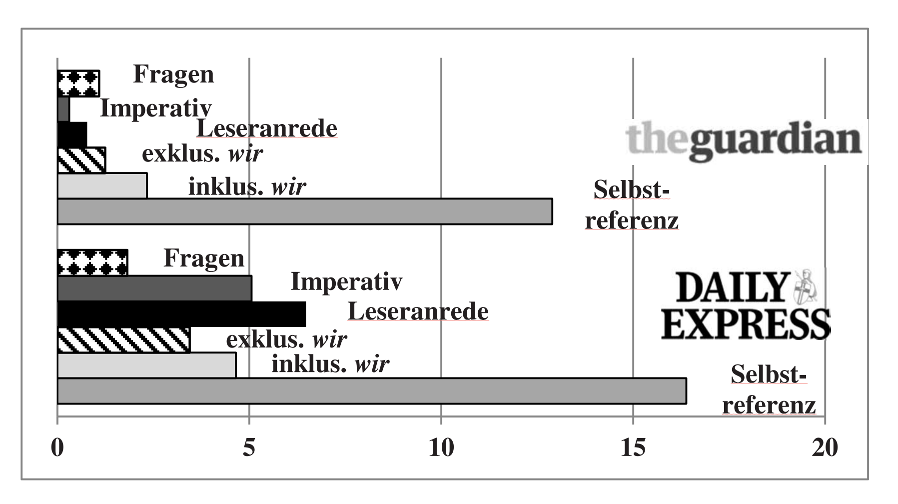


Abb. 3: Personalisierende Pronomina pro Zeitung.

Obgleich ‚inklusives *wir*' im *Guardian* das zweithäufigste Pronomen ist, kommt es mit geringerer Häufigkeit vor als im *Daily Express*. Andere Mittel der sprachlichen Personalisierung, wie an den Leser gerichtete Fragen und Imperative, treten im *Guardian* mit vernachlässigbarer Häufigkeit auf (siehe Abbildung 3).

In Bezug auf die inhaltliche Ebene und den situativen Rahmen der Kommunikation konnten im Gegensatz zur sprachlichen Realisierung keine konkreten Unterschiede im Grad bzw. in der Art der Personalisierung beobachtet werden, wie Tabelle 2 zeigt:

	The Guardian	***The Daily Express***
Situativer Rahmen der Kommunikation		
Name des Autors	9 von 10	10 von 10
Bild des Autors	8 von 10	9 von 10
Menge an Hintergrundinformationen zum Autor	keine oder sehr gering	keine oder sehr gering
Inhaltliche Ebene		
Beschreibung persönlicher Erfahrungen des Autors	ja: 7 von 10 nein: 3 von 10	ja: 6 von 10 nein: 4 von 10

Tab. 2: Formen der Personalisierung im *Guardian* und im *Daily Express.*

Die meisten meinungsbetonten Texte im vorliegenden Korpus sind mit dem Namen und einem Foto des Autors versehen. Die Menge an Hintergrundinformationen zum Autor beschränkt sich jedoch in beiden Zeitungen auf die E-Mail-Adresse oder auf kurze Ergänzungen. Dies lässt darauf schließen, dass die Unterschiede in der Personalisierung zwischen Qualitätspresse und *mid-market papers* hauptsächlich in der sprachlichen Realisierung der Texte und in der Themenwahl zu erkennen sind.

5. Kommentierungstypen in britischen Qualitätszeitungen und *mid-market papers*

Auf Basis dieser Kriterien, d. h. aufgrund der sprachlichen Realisierung und der Themenwahl, lassen sich folgende vier Kommentierungstypen klassifizieren, die aus sprachlicher und thematischer Sicht beschrieben werden.

– **Kommentierungstyp A:** Der (lebens-)beratende, instruktive Kommentar
– **Kommentierungstyp B:** Der persönliche Kommentar, der die eigenen Erfahrungen des Autors beschreibt
– **Kommentierungstyp C:** Der situationsbeschreibende persönliche Kommentar
– **Kommentierungstyp D:** Der allgemein beobachtende Kommentar

Kommentierungstyp A ist sprachlich sehr stark personalisiert, wobei vor allem an den Leser gerichtete Imperative und die direkte Leseranrede aufgrund seines beratenden Charakters überwiegen:

> **Beispiel (1): direkte Leseranrede und ‚inklusives *wir*'**
>
> **We** have all endured traumas be it illnesses, disappointments, setbacks or loss in the past and **here you are today**, a survivor, reading this column. (DE_MO_18.03.2013_02)
>
> **Beispiel (2): Imperative**
>
> **Take care** of yourself. **Eat well**, **sleep** and **exercise** to keep yourself healthy. (DE_MO_18.03.2013_02)

Inhaltlich handelt es sich entweder um die Beschreibung einer persönlichen Erfahrung des Autors – nach dem Motto „Damit es Ihnen nicht so geht, wie es mir damals erging" – oder um eine generelle Situation, in der der Textproduzent die Rolle des psychologischen Coaches übernimmt. Der Fokus der Personalisierung liegt dabei eindeutig auf dem Leser. Dieser Kommentierungstyp trat nur zweimal im Zuge der Analyse auf und beschränkte sich auf den *Daily Express* (siehe Abbildung 4).

Kommentierungstyp B variiert in der Ausprägung der Personalisierung stark zwischen den einzelnen Texten, wobei stets ein mittelmäßiger bis starker Grad der sprachlichen Personalisierung erkennbar ist. Bei allen Texten dieses Typs handelt es sich um die Beschreibung einer persönlichen Erfahrung des Autors. Oft ist diese sogar sehr persönlich. Im Hinblick auf die Ressorts und Themen divergieren die Texte jedoch stark. So findet man Kommentare zu sehr ernsten Themen (wie z. B. der schwierigen Situation der Kirche im Irak) bis zu relativ banalen (wie z. B. den persönlichen Erfahrungen des Autors beim Scrabble-Spielen und den daraus gewonnen Rückschlüssen auf die Ehe von Prinz William und Herzogin Kate). Im Gegensatz zum vorhergehenden Kommentierungstyp liegt hier der Fokus der Personalisierung eindeutig auf dem Autor. In Bezug auf das Vorkommen ist dieser Typ mit drei Texten pro Zeitung gleichmäßig verteilt (siehe Abbildung 4). Unterschiede findet man hauptsächlich in der Themenwahl und in der Ernsthaftigkeit der Aussagen. Ein interessantes Beispiel stellt hierbei ein Kommentar aus dem *Guardian* dar, in der eine junge, selbstbewusste Journalistin ihre erste Bewerbung beim *Daily Mail* und die damals anscheinend vorherrschende Diskriminierung weiblicher Journalistinnen beschreibt. Im gesamten Text überwiegen Selbstreferenzen und ‚inklusives *wir*' (welches in diesem Fall nur das weibliche Lesepublikum einschließt).

Beispiel (3): Selbstreferenzen und ‚inklusives *wir*'

> It was **my** first day as a journalist, at the Evening Standard's Londoner's Diary, […] "You look like Monica Lewinsky," he said, presumably as a kind of welcome to the trade. […] **I** tell this tale of dull sexism in a privileged place because it would not have happened at Spare Rib. […] **We middle-class feminists** bicker, fret and "check our privilege"; **we** criticise each other's feminist credentials the way we used to taunt each other about our frocks. […] **How will it mobilise women in their own interests?** For **myself**, **I** have no answer. […] But **I** am a columnist. **I** would say that. (GU_MO_29.04.2013_02)

Etwas weniger persönlich als Typ B gestaltet sich **Kommentierungstyp C**. Sein Personalisierungsgrad schwankt zwischen den einzelnen Texten von mittelmäßig bis wenig. Thematisch handelt es sich immer noch um

persönliche Erfahrungen des Autors, die aber meistens weniger nahegehen als im Typ B (z. B. das Erlebnis erstmals in einem Burger-Laden jemanden, der Google Glass trägt, zu entdecken). Folglich sind einige Selbstreferenzen erkennbar, jedoch deutlich weniger als im Typ B. Meistens weisen diese Texte relativ viel Humor und Polemik auf, wie das folgende Beispiel zeigt.

Beispiel (4): Selbstreferenzen und Humor

> Google Glass is a great gadget but as a social tool, what's it good for? […] **I** was tucking into a greasy burger in Covent Garden when a crowd of hip young things wandered in. […] **I** don't think the chap in the burger bar was filming **me**, although if footage of a **mustard-splattered bearded bloke** turns up on YouTube **I'll** eat my words. […] What **I** keep coming back to, though, is whether putting ourselves behind Glass will make **us** like those museum pieces: snapped, shared, but solitary. (GU_DO_02.05.2013_03)

Thematisch divergieren die Texte stark zwischen dem *Guardian* und dem *Daily Express*. Während im *Guardian* in Hinblick auf diesen Kommentierungstyp die Themen Technik, Erziehung und Bildung überwiegen, beschreibt der *Daily Express* Verschiedenes aus dem Leben der Journalisten. Genau wie beim Typ B liegt der Fokus der Personalisierung auf dem Autor und die Texte treten mit einer Häufigkeit von drei Okkurrenzen pro Zeitung auf (siehe Abbildung 4).

Im Gegensatz zu den bisher genannten Kommentierungstypen weist **Kommentierungstyp D** einen relativ geringen Grad der sprachlichen Personalisierung auf. Außerdem handelt es sich aus thematischer Sicht meistens um eine banale oder kuriose und selten um eine ernste Situation. Dieser Kommentierungstyp ist der Einzige, der keine persönlichen Erfahrungen des Autors beschreibt, sondern vordergründig eine Situation allgemein kommentiert. Die Ressorts sind sehr unterschiedlich, von Religion über Soziales bis hin zu Lifestyle und Beauty. Interessanterweise kommt dieser Typ häufiger im *Guardian* (mit 4 Okkurrenzen) als im *Daily Express* (mit 2 Okkurrenzen) vor. Das folgende Beispiel aus dem *Daily Express* exemplifiziert solch einen Kommentierungstyp:

Beispiel (5): Wenig Personalisierung und einige Fragen

> Très chic: **How do French women manage to stay looking young** […] French women – so chic, so smouldering, so aware of their seductive sensuality – are also so good at looking younger than the rest of **us**. […] **Does their diet deliver them wrinkle-free complexions?** […] **But if the French have no love for the cross-trainer, how do they stay youthfully slim?** (DE_FR_22.03.2016_03)

Die folgende Abbildung (Abbildung 4) soll einen Überblick über die generelle Verteilung der vier Kommentierungstypen im *Guardian* und im *Daily Express* geben:

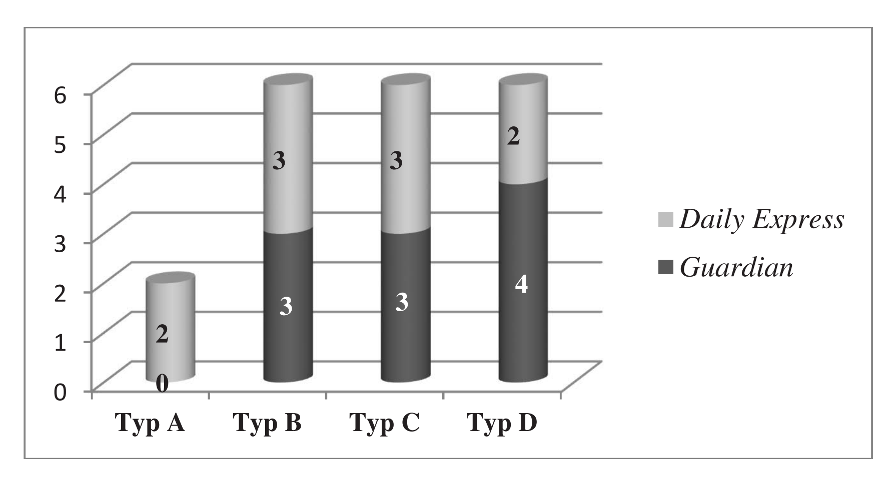


Abb. 4: Verteilung der Kommentartypen nach Zeitung.

6. Schlussfolgerungen

Ziel des vorliegenden Beitrags war es, je nach Persönlichkeitsgrad und Art der Personalisierung unterschiedliche Kommentierungstypen zu erkennen und deren Verteilung in einer britischen Qualitätszeitung sowie in einem *mid-market paper* zu untersuchen. Interessanterweise überwiegen in beiden Zeitungen die Selbstreferenzen auf den Textproduzenten, was diesen mehr in den Fokus der Personalisierung rückt als den Leser. Während auf inhaltlicher Ebene und in Bezug auf den situativen Rahmen

der Kommunikation kaum Unterschiede zwischen den Zeitungen feststellbar sind, ergeben sich deutliche Unterschiede auf der sprachlichen Ebene der Personalisierung. Erwartungsgemäß findet sich im *Daily Express* in Summe deutlich mehr Personalisierung in Form von Selbstreferenzen, direkter Leseranrede, Fragen und Imperativen. Ob es sich bei der Beschreibung um eine persönliche Erfahrung des Textproduzenten handelt, scheint allerdings vielmehr vom Kommentierungstyp als von der Art der Zeitung abzuhängen.

Aus den 20 meinungsbetonten Texten kristallisierten sich vier Kommentierungstypen heraus, die sich in der sprachlichen und inhaltlichen Ausprägung der Personalisierung sowie in ihrem Fokus entweder auf Autor oder Leser deutlich unterscheiden. Dabei soll angemerkt werden, dass der Typ A sich nicht unbedingt auf die Boulevardpresse beschränkt, sondern eher von der Themenverteilung innerhalb der Zeitung abhängt. Bei den Typen B, C und D sind deutliche Unterschiede in der Qualität der Beiträge und der Themenwahl (von ernst bis banal) zwischen dem *Guardian* und dem *Daily Express* erkennbar. Nun gilt es, diese Ergebnisse in einer quantitativen Studie an einem beachtlich größeren Korpus zu testen. Ein weiteres Desideratum wäre eine multimodale Analyse der Text-Bild-Beziehung(en) in den meinungsbetonten Texten, da auch hier zwischen der Qualitäts- und der *Mid-market*-Presse signifikante Unterschiede hervorstachen.

Literatur

Primärquellen aus dem *Helsinkier Kommentarkorpus*

DE_SO_17.03.2013_01
Daily Express. (17.03.2013): Our faith in broken Iraq, 37.

DE_SO_17.03.2013_03
Daily Express. (17.03.2013): A word from the Editor, 45.

DE_MO_18.03.2013_02
Daily Express. (18.03.2013): Happy Mondays, 14.

DE_DI_19.03.2013_01
Daily Express. (19.03.2013): Don’t make others responsible for you, 13.
DE_MI_20.03.2013_01
Daily Express. (20.03.2013): No comic relief at all, 13.
DE_MI_20.03.2013_02
Daily Express. (20.03.2013): Even scientists are cooling on climate change, 13.
DE_MI_20.03.2013_03
Daily Express. (20.03.2013): Open prison is not such a soft option, 13.
DE_MI_20.03.2013_04
Daily Express. (20.03.2013): Kelly’s Eye, 14.
DE_FR_22.03.2013_01
Daily Express. (22.03.2016): Let those without sin cast first stone, 15.
DE_FR_22.03.2013_03
Daily Express. (22.03.2013): Très chic: How do French women manage to stay looking young, 26–27.
GU_MO_29.04.2013_01
The Guardian. (29.04.2013): Australia’s boom is anything but for its Aboriginal people, 24.
GU_MO_29.04.2013_02
The Guardian. (29.04.2013): More than a Spare Rib, 24.
GU_DI_30.04.2013_01
The Guardian. (30.04.2013): Of mice, men and my bro, 30.
GU_DI_30.04.2013_03
The Guardian. (30.04.2013): Open online courses – an avalanche that might just get stopped, 38.
GU_MI_01.05.2013_02
The Guardian. (01.05.2013): Running shows the mind who’s boss, 33.
GU_MI_01.05.2013_03
The Guardian. (01.05.2013): Relationships are vital for children in care, 33.
GU_DO_02.05.2013_03
The Guardian. (02.05.2013): Google Glass is a great gadget but as a social tool, what’s it good for?, 36.
GU_DO_02.05.2013_04
The Guardian. (02.05.2013): University isn’t for lectures. It’s a chance to work out your life, 36.

GU_SA_04.05.2013_01
The Guardian. (04.05.2013): Teaching the rich, 42.

Sekundärquellen

Bednarek, Monika (2006): Evaluation in media discourse. Analysis of a newspaper corpus. London/New York.
Burger, Harald/Luginbühl, Martin (2005): Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. Berlin/New York.
Cole, Peter/Harcup, Tony (2010): Newspaper journalism. Los Angeles/London.
Kerschner, Melanie Anna (2017a): Fifty Shades of Opinion: Culturally Induced Style Differences in the Opinion Discourse of British, Italian and German Quality Papers. Wien.
Kerschner, Melanie (2017b): Let us hope that it is: Personalisierungsstrategien in deutschen, britischen und italienischen Leitartikeln, in: Bilut-Homplewicz, Zofia/Hanus, Anna/Lüger, Heinz-Helmut/Mac, Agnieszka (Hrsg.): Medienlinguistik und interdisziplinäre Forschung II: Kontrastive Ansätze im medial geprägten Kontext: Studien zur Text- und Diskursforschung. Frankfurt a. M., 171−188.
Kerschner, Melanie (2019): Personalisation as cultural practice: The interpersonal component of language in the opinion discourse of British, German, and Italian quality press. In: Stöckl, Hartmut/Kaltenbacher, Martin (Hrsg.): Analyzing the Media: a Systemic Functional Approach. Sheffield/Bristol, 31−47.
Landert, Daniela (2014): Personalisation in mass media communication. British online news between public and private. Amsterdam. (Pragmatics & beyond new series. 240).
Landert, Daniela/Juckert, Andreas (2011): Private and public in mass media communication. From letters to the editor to online commentaries. In: Journal of Pragmatics 43, 1422–1434.
Luginbühl, Martin (2012): What defines news culture? Insights from multifactorial parallel text analysis. In: Hauser, Stefan/Luginbühl, Martin (Hrsg.): Contrastive Media Analysis. Approaches to linguistic and cultural aspects of mass media communication. Amsterdam/Philadelphia, 201–218.
Luginbühl, Martin (2014): Medienkultur und Medienlinguistik. Komparative Textsortengeschichte(n) der amerikanischen „CBS Evening News“ und der Schweizer „Tagesschau“. Bern u. a. (Sprache in Kommunikation und Medien. 4).

Edmund Schalkowski

Die Persuasionsstrategie – ein Kriterium zur Abgrenzung kommentierender Texte?

Abstract

Commentary texts classify, evaluate and interpret a (new) event. The result is an opinion, which ought to convince the reader. I explore two persuading strategies concerning their repulsive power: One relies, like the commentary, on the inner consistency of the argument, the other one is, like the gloss (satire), based on the formal construction of the text, its quasi aesthetic charm.

The first strategy supports a proposition in a rational manner with arguments. It urges the reader to capture the meaning intellectually. The second strategy illustrates a proposition by means of an encoding technique. It expects the reader to decode the message all at once. This profound differentiation should receive more attention in the theory and practice of journalism.

1. Worauf stützt sich der Prozess der Persuasion?

Kommentierende Texte nehmen Stellung zu einem Ereignis oder einem Sachverhalt. Sie wollen die nackten Tatsachen der zugrundeliegenden Nachricht in einen Kontext stellen: sie einordnen, bewerten, interpretieren, poetisch gesagt – sie zum Sprechen bringen. Aus subjektiver Sicht formuliert: Der Autor entwickelt einen Gedankengang, der die Arbeit der Kontextualisierung leistet und in einem prägnanten Urteil kulminiert, und bietet diesen dem Leser zum Nachvollzug an, in der Hoffnung, ihn von der dargelegten Sicht zu überzeugen.

Worauf stützt sich diese Überzeugungsarbeit? Natürlich auf Argumente. Argumente, die in der Regel logisch korrekte Schlüsse und verallgemeinerte Erfahrungen schlüssig miteinander verbinden. Insofern der Leser die Kette dieser Argumente nachvollzieht, schlägt er eine Brücke zwischen dem (für ihn neuen) Urteil und seinem (bereits gefestigten) Wissen; er gewinnt auf diese Weise eine neue Erkenntnis, die seinen geistigen Horizont erweitert, sein Weltbild bereichert oder modifiziert.

Ist das in dieser Ausschließlichkeit wirklich wahr, gibt es, neben dem Rekurs auf nachvollziehbare Argumentation, vielleicht nicht noch andere Mittel, mit denen Überzeugungskraft hergestellt, Plausibilität erzeugt werden kann? Gibt es eventuell nicht auch eine Plausibilität, die sich weniger auf die innere Konsistenz der Argumentation als vielmehr auf die äußere, formale Konstruktion eines Textes stützt, seine Ausstrahlung auf die Sinne, seine ästhetischen Reize?

2. Argumentation versus Konstruktion

Sehen wir uns dazu zwei Texte an, eine Glosse und einen Kommentar; die Glosse stammt von Hans Zippert, der Kommentar von mir. Hans Zippert, ehemals Chefredakteur des Satiremagazins *Titanic*, schreibt seit 1999 jeden Tag die Glosse „Zippert zappt“ in der Tageszeitung *Die Welt*; sie ist inzwischen genau so berühmt wie ihr Gegenstück in der *Süddeutschen Zeitung*, das legendäre „Streiflicht“.

Die Glosse:

> Immer wenn unser Volk vor unlösbaren Problemen steht, wenn keiner mehr weiter weiß, dann taucht mit Sicherheit Oskar Lafontaine auf. In den Redaktionen der Fernsehsender hat man seine Telefonnummer als eiserne Reserve. Wenn nichts mehr hilft, dann kommt Lafontaine und sagt, man müsse den Menschen nur mehr Geld geben, damit sie mehr ausgeben können. Macht leider keiner, und so kann man auch nicht beweisen, dass Lafontaine falsch liegt. Also hat er wahrscheinlich Recht, aber keiner will es zugeben.
>
> Bald wird Lafontaine auch in Kunstmagazinen zu Gast sein und erklären, da müsse mehr drauf sein auf den Bildern, dann würde man auch mehr

sehen. Natürlich belächeln ihn alle Experten, aber im Prinzip hätte Lafontaine Recht.

Auch in wissenschaftlichen Sendungen erhebt er die Stimme: Mehr forschen, dann findet ihr auch mehr heraus. Die Forscher schlagen sich vor den Kopf – wie konnten sie nur so blöd sein.

Nicht mehr lange, und Lafontaine wagt sich sogar in die Politik. Da verblüfft er die SPD mit der kühnen These: Wenn wir bei der nächsten Wahl mehr Wähler gewinnen, werden wir auch mehr Stimmen haben.
(*Die Welt*, 17.05.2003)

Der Kommentar:

Blechtrommler

Da heißt es immer wieder aus Politikermund, es gebe keine Patentrezepte zur Belebung der Wirtschaft. Stimmt doch gar nicht, Oskar Lafontaine hat welche. Gebt den Menschen mehr Geld in die Hand, lautet sein gebetsmühlenartig wiederholtes Credo, dann können sie mehr kaufen und bringen so die Produktion in Schwung.

Dahinter steckt natürlich John Maynard Keynes. Der große englische Wirtschaftstheoretiker hat vor rund hundert Jahren in der kapitalistischen Ökonomie eine systemische Nachfragelücke ausgemacht und dem Staat empfohlen, durch kreditfinanzierte Programme Arbeit zu schaffen und so Geld in die Taschen der Arbeiter zu zaubern.

Was bei Keynes aber eine wohldurchdachte Theorie mit Sicherungen gegen Missbrauch ist, verkommt bei Lafontaine zu einem simplen Rezept. Und dieses Rezept hat einen unwiderstehlichen Charme und eine kapitale Schwäche: Wie alle Tautologien stimmt es immer und daher nie – es ist Unsinn, Blech. Lafontaines Mantra ist unbrauchbar für die Praxis und entlarvt seinen Verfechter als einen gefährlichen Dampfplauderer.
(Vom Autor für den vorliegenden Artikel geschrieben)

In beiden Texten geht es um die Person Oskar Lafontaines. Lafontaine ist ein bekannter deutscher Politiker, er war Ministerpräsident des Saarlands, SPD-Vorsitzender und Finanzminister in der Regierung Schröder, danach Fraktionsvorsitzender der Linksfraktion. In der Linkspartei ist er noch immer der Vordenker und Stratege im Hintergrund.

Beide Texte enthalten einen scharfen Angriff auf Lafontaine. Und beide Texte sind – so meine ich – in der gedanklichen Substanz identisch, das heißt, sie haben einen gemeinsamen Kern, die Behauptung nämlich:

Lafontaines politische Position lebt von einer Tautologie, die der Theorie von Keynes entnommen ist, anders gesagt: Lafontaine arbeitet mit einer Behauptung, die, weil in ihr Bedingung und Konsequenz identisch sind, keinen Aussagewert (aber große Durchschlagskraft) hat: Sie ist schlicht Nonsens, Blech, heiße Luft. Diese ihre Sicht wollen beide Texte dem Leser plausibel machen, der Kommentar durch Argumentation – die Glosse aber, wodurch will sie Plausibilität erzielen?

Im angeführten Kommentar wird ernsthaft argumentiert: Es heißt dort, dass Lafontaine von Keynes die These übernimmt, wonach der Staat im Kapitalismus eine spezielle, notwendig entstehende Nachfragelücke zu schließen habe. Dazu müsse er mit künstlichen Beschaffungsprogrammen für bezahlte Arbeit sorgen, was dann identisch sei – hier liegt die Tautologie – mit Kaufkraft schaffen. Was aber bei Keynes in eine solide Theorie eingebettet und gegen Missbrauch gesichert sei, werde durch Lafontaine aus seinem Kontext gerissen und zu einem Rezept simplifiziert, das wunderbar stimmig, weil tautologisch sei. Ein solches Programm sei unbrauchbar, sein Propagandist hochgradig gefährlich. In der dazugehörigen Glosse wird nicht ernsthaft argumentiert, es wird stattdessen Argumentation vorgeführt, gespielt. Es wird nicht gesagt, dass Lafontaine Tautologien von sich gibt, Lafontaine wird gezeigt als jemand, der in Tautologien redet, er wird in drei, den Unsinn drastisch vorführenden Schritten als ein Unsinn Redender inszeniert. Der Unterschied kommt am schärfsten heraus, wenn man die Aussagen von Kommentar und Glosse in einen Kernsatz komprimiert: Der Kommentar sagt: „Lafontaine redet Unsinn“, die Glosse stellt Lafontaine vor Augen, der sagt: „Mehr forschen, dann findet ihr auch mehr heraus“. Der Kommentar prädiziert das Subjekt Lafontaine mit dem abstrakten, begrifflichen Merkmal „redet Unsinn“. Die Glosse legt dem Subjekt Lafontaine den konkreten Satz in den Mund: „Mehr forschen, dann findet ihr auch mehr heraus.“

Der Unterschied zwischen Kommentar und Glosse ist also genauer zu bestimmen[1]: Der Kommentar stellt eine These, ein begrifflich gefasstes Urteil, auf und untermauert diese dann rational mit Argumenten, hier

1 Vgl. zum Folgenden SCHALKOWSKI (2011, 93–97).

handelt es sich um eine ausgesprochene, explizite Stellungnahme. Die Glosse spricht die These nicht aus und untermauert sie auch nicht mit Argumenten, sie drückt die These implizit aus, versinnbildlicht sie durch ein konstruktives Verfahren. Durch dieses Verfahren verschlüsselt der Autor seine Aussage, nimmt, mit einem alten, schönen Bild gesagt, ein Blatt vor den Mund, spricht durch die Blume.

Um dem Kommentar eine Erkenntnis abzugewinnen, muss der Leser in einem schrittweisen, oft mühsamen Progress eine Argumentationskette gedanklich nachvollziehen. Bei der Glosse trifft ihn die Erkenntnis wie ein einschlagender Blitz, es ist eine Erkenntnis durch Evidenz. Dass dieser Blitzeinschlag tatsächlich funktioniert, dass dem Leser also die schlagartige Entschlüsselung gelingt, löst sich dann oft in Lachen auf, so wie beim Witz, nach Einsicht Kants, das Lachen durch die „plötzliche Verwandlung einer gespannten Erwartung in nichts" (KANT 1968, 332) entsteht.

Was ihre zugrunde liegende Weltsicht angeht, so stehen sich Kommentar und Glosse diametral gegenüber: Der Kommentar sieht auf alles, was sich zwischen Himmel und Erde abspielt, mit einer seriös-harmlosen Brille. Zwar ist die Welt ein großes Durcheinander von Wahrheit und Lüge, Moralität und Egoismus, Wissen und Dummheit, grundsätzlich ist sie aber der Vernunft und Rationalität zugängig, also auch mit diesen Mitteln erkennbar. Mit dem Verfahren rationaler Argumentation Wirklichkeit durchsichtig zu machen ist also die Intention des Kommentars.

Die Glosse sieht auf die Dinge mit einem verzweifelt-bösen Blick. Die Welt ist in ihren Augen ein Tollhaus, auf den Kopf gestellt und komplett verdreht. Mit den Mitteln konstruktiver Versinnbildlichung, oft unter Einsatz von Spott, Hohn, Ironie und Sarkasmus, treibt sie diese Verkehrung auf die Spitze, verkehrt die verkehrte Wirklichkeit noch einmal, um eine ursprüngliche, unentstellte Wirklichkeit wieder zum Vorschein zu bringen. Wirklichkeit zur Kenntlichkeit entstellen ist demnach das – paradoxe – Motto der Glosse.

Wenn diese Überlegungen stimmen, dann hätte sich eine fundamentale Unterscheidung stabilisiert: Zwei Typen der Persuasion stünden einander gegenüber, eine Persuasion durch rationale Argumentation gegen

eine Persuasion durch versinnbildlichende Konstruktion. Und es gäbe auf der Basis dieser Unterscheidung den Anfang einer Ordnung im Elementarteilchenzoo der kommentierenden Textformen, zwei basale Kommentarklassen: die argumentativ-diskursiven und die konstruktiv-sinnbildlichen Kommentartypen, in die sich dann wiederum die einzelnen Kommentartypen einsortieren ließen.

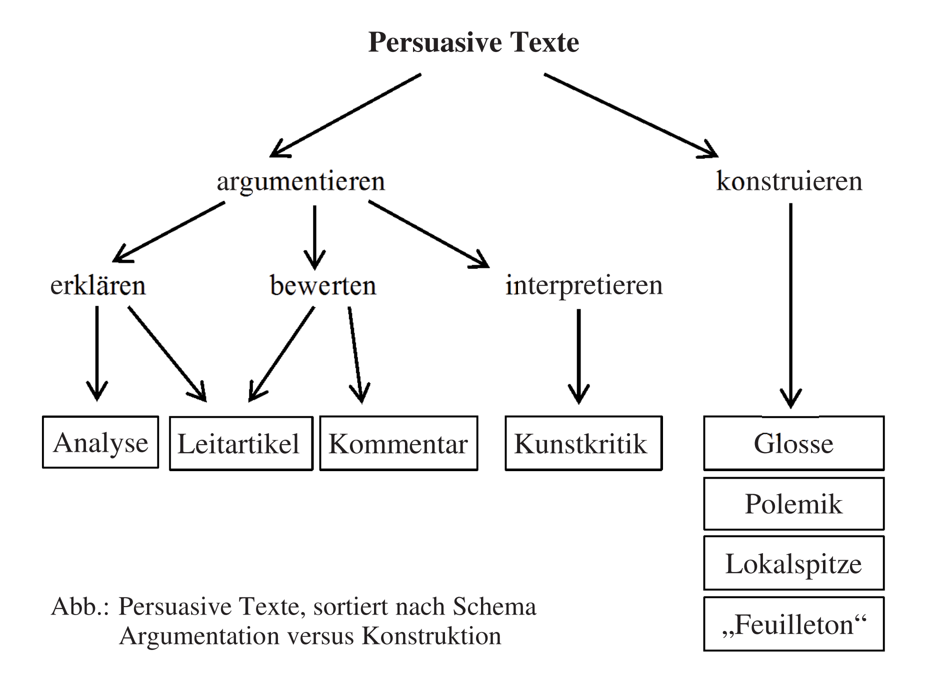


Abb.: Persuasive Texte, sortiert nach Schema Argumentation versus Konstruktion

3. Persuasion durch Argumentation

Wenn man die argumentative Persuasion sinnvoll weiter differenzieren will, muss man auf Kategorien zurückgreifen, die in der Argumentationstheorie[2] entwickelt worden sind. Begründende Äußerungen können demnach einen von drei Geltungsansprüchen erheben: den der Wahrheit,

2 Vgl. zum Folgenden HABERMAS (1985, 44–54).

der normativen Richtigkeit oder der Wohlgeformtheit. Diesen Kategorien entsprechen drei Weltbegriffe: die objektive Welt der empirischen Tatsachen und Sachverhalte, die soziale Welt des kollektiven Handelns und die ästhetische Welt der symbolischen Formen. Und diesen Weltbegriffen sind drei begründende Operationen zugeordnet: das Erklären, das Bewerten und das Interpretieren.

Wer einen Sachverhalt erklären will, blickt auf die Welt aus der analytischen Perspektive des Historikers oder des Soziologen. In dieser Sicht erscheint die Welt als eine quasi objektive Großstruktur von Machtpotentialen, Kräften, Interessen, Ideologien und Motiven. Und die Leitfrage ist dann: Warum ist dieses Ereignis so und nicht anders (passiert)? Die Antwort besteht darin, den erklärungsbedürftigen, weil noch nicht verstandenen Sachverhalt mit den erklärungsmächtigen, weil bereits verstandenen Sachverhalten der geschichtlich-sozialen Welt argumentativ zu verbinden, also eine Kette von quasi-kausalen Gliedern zwischen den bereits verstandenen Sachverhalten und dem neuen Phänomen zu knüpfen. Auf diese Weise entsteht (wahre) Erkenntnis; das neue Phänomen, bislang ein Fremdkörper, wird (mit dem Anspruch auf Wahrheit) in die gedeutete Welt eingepasst und somit Teil der gedeuteten Welt: Es wird, objektiv gesehen, mit Sinn gefüllt, subjektiv betrachtet, verstanden.

Ein Beispiel: Um die Wahl von Papst Franziskus verständlich zu machen, könnte man nach einem wiederkehrenden Muster in der Geschichte der Papstwahlen suchen, in das sich die neue Entscheidung einordnen – oder eben nicht einordnen ließe. Vielleicht stieße man dabei auf eine Pendelbewegung; immer wieder wird nach einem Papst, der die orthodoxe Lehre und die Tradition hochhält, ein Nachfolger gewählt, der die Kirche öffnet und neuen Ideen Raum gibt. Und dieses Schema würde passen: Nach dem strengen deutschen Kardinal Ratzinger, der die durch den polnischen Kardinal Wojtyla vermenschlichte, aber eben auch desorientierte Kirche wieder auf Linie gebracht hat, war jetzt wieder ein Papst der Erneuerung fällig. Die Wahl von Franziskus wäre damit als neues Glied in der geschichtlichen Abfolge der Päpste verstanden.

Wer dagegen einen Sachverhalt bewerten will, blickt auf die Welt unter der Perspektive des handelnden, eingreifenden Menschen: Man

sieht die Welt als eine geschichtlich entstandene, die auch anders sein könnte, als ein offenes Feld für Alternativen, Veränderungen, Möglichkeiten. Und die Leitfrage ist dann: Soll/darf das so sein? Die Antwort besteht darin, an den noch normfreien Sachverhalt einen Maßstab anzulegen und ihm so eine qualifizierende Schattierung zu geben. Wenn sich der Sachverhalt als erstrebenswert oder nicht erstrebenswert herausstellt, wurde mit einem kollektiv akzeptierten, aber nicht streng bindenden Wert operiert, wenn er als gut oder schlecht dasteht, wurde eine verbindliche Norm in Anschlag gebracht. Auf diese Weise entsteht eine Einschätzung, die den Anspruch auf normative Richtigkeit erhebt; das neue Phänomen, bislang ein Gegenstand, der kalt lässt, wird in das Licht gesellschaftlicher Wertschätzung getaucht: Es wird, objektiv formuliert, mit Wert aufgeladen, subjektiv ausgedrückt, sympathisch oder unsympathisch.

Ein Beispiel: Um die Wahl von Papst Franziskus einzuschätzen, könnte man als Maßstab verschiedene Werte anlegen, unter anderen das Wohl des religiösen Menschen. In diesem Sinne würde man zum Beispiel darlegen, dass heutige Menschen, die einerseits ein modernes Leben führen, andererseits sich am Christentum orientieren wollen, große Probleme mit den noch immer dogmatischen Lehren der Kirche haben. Der neue Papst wird nach allem, was man bisher über ihn weiß und was er bislang von sich preisgegeben hat, diesen Menschen entgegen kommen und ihnen den schwierigen Spagat leichter machen. Für ihr Wohl, so das Ergebnis, wäre die Wahl von Papst Franziskus als positiv einzuschätzen.

Um ein ästhetisches Phänomen (ein Bild, eine Installation, einen Roman, einen Film, ein Theaterstück, ein Gebäude) zu interpretieren, reicht es nicht aus, den Gegenstand an geltendes Wissen anzuschließen oder an geltenden Werten und Normen zu messen. Man muss die Welt der symbolischen Formen betreten, die zu deuten, zu entschlüsseln sind. Einen ästhetischen Gegenstand entschlüsseln aber bedeutet, seine innere Logik, das magische Zusammenspiel seiner konstruktiven Elemente nachzuzeichnen, wodurch man dem Geheimnis des Kunstwerks auf die Spur

kommt: dass ein Geistiges sinnlich erscheint. Die Formel dafür hat Lessing gefunden. Der Kunstkritiker, sagt er, solle „seine Empfindung mit Gründen unterstützen“ – wobei diese ihrerseits „auf die Grundbegriffe des Vollkommenen und Schönen“ (LESSING 1959, 776) zurückzuführen seien. In heutiger Sprache: Er solle sich von einem Kunstwerk anrühren lassen und diese Rührung mit den ästhetischen Kategorien von Form und Fiktionalität reflektieren.

Ein Beispiel: Der Kritiker besucht eine Aufführung von Mozarts Oper „Figaros Hochzeit“. Ihm fällt auf, dass die Figur des Figaro, des Kammerdieners des Grafen Almaviva, sich überraschend wie ein Mann von Stand kleidet, spricht und sich benimmt. Will das eventuell eine Art von aufklärerischer Herr-Knecht-Dialektik vorführen: Der Knecht gewinnt Kraft und Mut für seinen Angriff auf den Herrn, indem er, als ersten Schritt, dessen Konventionen übernimmt? Falls sich diese Einsicht an weiteren Beobachtungen bestätigen ließe, hätte man damit einem optisch in Erscheinung tretenden Detail der Inszenierung seinen geistigen Gehalt abgewonnen oder, umgekehrt, den Weg rekonstruiert, wie der Geist der Inszenierung sich sinnliche Präsenz gibt.

Auf welche Weise kommen nun diese drei theoretisch hergeleiteten Grundoperationen in der konkreten Kommentarlandschaft zum Zuge? Was gewöhnlich unter dem Namen Kommentar läuft, arbeitet vorwiegend mit Bewertungen. Oft wird hier auch von Kurzkommentar gesprochen, was auf die übliche Länge von 30 (Boulevard) bis 50 (überregionale und regionale Zeitungen) Zeilen anspielt. Was dagegen hauptsächlich mit Erklärungen operiert, heißt in manchen Blättern Analyse, in anderen aber auch Kommentar. Es gibt also Zeitungen, die unterschiedliche Namen für bewertende und erklärende Texte verwenden, und andere, die für beides nur das Wort Kommentar gebrauchen.

Texte, die, mit größerem Anspruch und mehr Platzbedarf (100 bis 150 Zeilen), in unterschiedlichem Ausmaß erklärende und bewertende Aspekte verbinden, werden Leitartikel genannt. Während der Kurzkommentar tagesaktuell ist und knappe, auf akademische Differenzierung verzichtende Argumentation liefert, sieht sich der Leitartikel als zeitaktuell und entwickelt seine Argumentation in aller Breite und Tiefe. Er

führt meistens eine schon angestoßene Diskussion fort und vertieft sie, oft unter Reflexion der eigenen normativen Grundlagen. Manchmal, so bei der *Frankfurter Allgemeinen*, formuliert er auch die Generallinie des Blattes.

Was unter dem Namen Kritik oder Rezension auftritt, sind Texte, die wenigstens ansatzweise mit Interpretationen arbeiten. Sie beziehen sich nur auf ästhetische Gegenstände, und es geht ihnen um die Bestimmung der Qualität von Kunstwerken, ihren Rang, mit anderen Worten, es geht ihnen darum, nachzuprüfen, ob die in Frage stehenden Kunstwerke den Anspruch einlösen, den sie erheben: einem geistigen Gehalt eine stringente Form zu geben. Eine einfache Frage ist also zu beantworten, die überhaupt noch zu stellen sich Kunstkritiker immer weniger trauen und die schlicht lautet: Ist das gut oder ist es schlecht?

4. Persuasion durch Konstruktion

Die konstruktive Persuasion lässt sich nicht weiter differenzieren, wie das bei ihrem argumentativen Gegenstück möglich war. Denn der Satiriker erklärt nicht, interpretiert nicht und bewertet, strenggenommen, auch nicht. Das einzige Interesse, das ihn antreibt, seine Obsession geradezu, ist das vernichtende Urteil: Die Welt ist schlecht, ich hasse sie (und bin froh, dass sie so hassenswert ist; denn wo sollte ich sonst hin mit meiner Wut). Für diese schwarze Sicht findet er eine unübersehbare Vielzahl von Verschlüsselungstechniken, deren ins Einzelne gehende Klassifikation nicht sonderlich sinnvoll ist. Was sich aber angeben lässt, sind die journalistischen Textformen, in denen diese Techniken zur Anwendung kommen.

Die Zentralfigur dieser Persuasionsform ist die Glosse. Hier zieht der Satiriker alle ihm zur Verfügung stehenden Register, gießt Spott und Hohn, Ironie, Zynismus und Sarkasmus über seinen Gegner aus, wobei er seine Attacke auf höchst kunstfertige und umso wirkungsvollere Weise verschlüsselt. Die Glosse ist daher auch die anspruchsvollste Figur, sowohl hinsichtlich ihrer Verfertigung wie ihrer Rezeption. Und sie ist ein äußerst ambivalentes Instrument, wenigstens ab und zu imstande,

die bleischwere Trostlosigkeit der Zeitungskost zu durchbrechen und Spannung ins Tagesgeschäft zu bringen: Begeisterung oder Verbitterung beim Leser, Anerkennung oder Stirnrunzeln beim Chefredakteur.

Nah verwandt mit der Glosse ist die Polemik. Sie ist nichts anderes als ein maßloser Angriff, in den meisten Fällen auf eine Person. Die herrische Pose des Rechthabens, die nur Spurenelemente von Argumentation enthält und stattdessen von starker Komposition und sprachlicher Souveränität lebt, von hauptsächlich rhetorischen Elementen also. Der Leser rekonstruiert nicht ein scharfes Urteil, um es zu akzeptieren oder abzulehnen, er genießt die Schärfe und Brillanz des Urteils als solches.

Die gemütvolle Schwester der Glosse ist die Lokalspitze, eine Figur, die nur im Ressort Lokales zum Einsatz kommt und amüsante, mit leichter Hand geschriebene Alltags-Betrachtungen anstellt, die gerne eine kleine Pointe haben. Der Lokalspitze fehlt die Schärfe, die Boshaftigkeit, die Bitterkeit der Glosse, ebenso die gedankliche Durcharbeitung. Sie erzählt kleine Geschichten aus der Stadt, mokiert sich über Freud und Leid, erzeugt ein wohliges Einverständnis beim Leser: So ist es, das Leben, und es ergeht allen gleich, auch den Wichtigtuern von der Presse.

Die höchste Steigerung der Lokalspitze, heute nur noch gelegentlich in der *Süddeutschen Zeitung* aufblitzend, vielleicht weil nur im barockkatholischen Süden zuhause, ist das Wiener Feuilleton. Ein Kabinettstückchen von Reflexivität, Formgefühl und Sprachdelikatesse, zeigt es im Kleinen das Große und im Großen das Kleine, bringt mit bitter-süßer Melancholie den tragischen Lauf der Welt ans Licht, stellt mit wunderbarer Grazie den Menschen dar, wie er sich windet zwischen dem Erdenwurm, der er ist, und der Lichtgestalt, die er sein möchte.

Ein Beispiel (von einem großen Feuilletonisten)[3]:

> Das geschlachtete Kalb
> Aus dem Gepäckwagen der kleinen Bahn laden sie für den Ortswirt an jedem Tag ein geschlachtetes Kalb aus. Da liegt es dann, die großen Kalbsaugen weit offen, auf der Erde und harrt seiner gepäckamtlichen Erledigung.

---

3 Alfred POLGAR (1991, 24f.).

Die Vorderbeine sowie die Hinterbeine sind zusammengebunden. Mit gefalteten Pfoten liegt es da. Der Kopf ist tief ins Genick zurückgebogen; quer über die Gurgel läuft die rote Marke des Messerschnitts. Der Stationsvorstand, ein Bündel Papiere in der Hand, kriecht in den Gepäckwagen. Beim Hinabsteigen tritt er auf das Kalb und verursacht so, daß es ein wenig die gefalteten Pfoten hebt.

Warum durft’ es nicht aufwachsen zum Ochsen oder zur junoäugigen Kuh? Rastend läg’ es jetzt im sonnendurchwärmten Graskissen, den schweren Leib hingebreitet auf harmonisch geknickte Beine, und verdaute, was es gekaut, und kaute, was es verdaut. Schmetterlinge, wahrscheinlich, umspielten es. Der Wanderer freute sich des Idylls.

Auch jetzt, wie es daliegt, hingemordet in der Kalbphase seines Erdenhüpfens, bietet es keinen üblen Anblick. Umschweben es nicht Schmetterlinge, so doch flatternde Visionen von Gebackenem und Gebratenem. Tot ist der atmende Leib, aber auferstehen wird der Nierenbraten und das Schnitzel, den rührend gefalteten Pfoten ist tröstliche Transsubstantiation in Kalbshaxen gewiß, und die Haut wird edles Leder, weich umschließend vielerlei Bücher vielerlei Inhalts.

Nur die Augen, die vorwurfsvollen, großen Kalbsaugen, sind durch keinerlei Zweckverwendung zu entsentimentalisieren. Wenn es mich nicht graulte, würde ich hingehen und dem Bruder Kalb die Augen zudrücken. So aber drücke ich nur meine Augen zu. Das ist die sicherste Methode, über das Leid der Kreatur hinwegzukommen.

5. Argumentation oder Versinnbildlichung?

Persuasion durch Argumentation oder Persuasion durch konstruktive Versinnbildlichung, das sind die beiden gebräuchlichen sprachlichen Formen, durch die Journalisten – Stellung nehmend, Position beziehend, Kritik äußernd – direkten Einfluss auf den öffentlichen Diskurs nehmen. Zutiefst gegensätzlich, nach interner Funktionsweise wie nach Wirkung beim Leser, gleichen sich die Instrumente hinsichtlich ihrer persuasiven Leistung: Beide haben sie, aufgefächert zu einem breiten Spektrum, das von scharfbegrifflichen Analysen bis zu geistvoll funkelnden Kompositionen reicht, ein Fluidum gemeinsam, in dem sie schweben, die kantische Vision des Ausgangs aus selbstverschuldeter Unmündigkeit. So

wirken sie mit an der unendlichen Arbeit der Aufklärung, die seit zweihundert Jahren von den progressiven Kräften betrieben und von den regressiven Mächten gebremst wird: Licht in dunkle Verhältnisse zu bringen, zu deliberativ bestimmtem Handeln anzuleiten und Geist und Sinne für den Genuss zu schärfen.

Literatur

Habermas, Jürgen (1985): Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1. 3., durchgesehene Auflage. Frankfurt a. M.

Kant, Immanuel (1968): Kritik der Urteilskraft. Werke. Bandd 5. Berlin. (Akademie-Textausgabe).

Lessing, Gotthold Ephraim (1959): Der Rezensent braucht nicht besser machen zu können, was er tadelt. Gesammelte Werke. Band 2. München.

Polgar, Alfred (1991): Im Lauf der Zeit. Hamburg.

Schalkowski, Edmund (2011): Kommentar, Glosse, Kritik. Konstanz. (Praktischer Journalismus. 77).

Hans W. Giessen

Quantitativ messbare Charakteristika in deutschen Pressekommentaren, bezogen auf unterschiedliche Ressorts und Zeitungskategorien

Abstract

The article analyses German newspaper commentaries according to the quantitative criteria “words per sentence” and “paragraph size”. Obviously, there exists a correlation: newspapers with lengthy sentence commentaries regularly have longer paragraphs, too. Since both criteria are not causally related, there must be a *tertium comparationis*. Apparently, this is not just the newspaper category but also the section. Some general tendencies can be noted: regional newspapers from rural areas have the longest sentences and the longest paragraphs, followed by traditional quality newspapers, regional newspapers from urban areas, quality newspapers that are open to popular styles of presentation, and popular ‘newsstand’ tabloids. As for the sections, economy and politics are closely related. Sports commentaries, however, have much shorter sentences and paragraphs.

1. Begründung und Auswahlkriterien

In Giessen (2017) habe ich diskutiert, ob und inwieweit quantitative Methoden im Kontext der Kommentaranalyse sinnvoll sind. Die Vorgehensweise ist grundsätzlich nicht neu (vergleiche bereits Eggers u. a. 1969); es hat sich aber insbesondere bei der genannten eigenen Vorstudie gezeigt, dass je nach Fragestellung und Kontext eine Hauptschwierigkeit darin besteht, ein Datenkorpus zusammenzustellen, das groß genug ist, um aussagekräftige Resultate generieren zu können. Wenn man versucht,

alle Variablen auszuschalten, die das Ergebnis einer quantitativ-statistischen Untersuchung verfälschen könnten, bleiben unter Umständen – je nach inhaltlicher Zielsetzung und daraus resultierenden methodischen Zwängen und Vorgehensweisen – nicht mehr viele untersuchbare Texte übrig. In einem solchen Fall könnten beispielsweise keine inferenzstatistischen Methoden angewandt werden oder sie führen noch nicht zu im statistischen Sinn signifikanten Resultaten (DIEHL/ARBINGER 2001), so dass zumindest Aussagen über die Signifikanz im statistischen Sinn nicht immer möglich sind bzw. es lediglich möglich ist, Tendenzen aufzuzeigen, denen es dann aber an einer statistischen Validierung mangelt.

Bemerkenswert im Rahmen der Voruntersuchung war, dass es trotz einer begrenzten Anzahl untersuchbarer Texte zu interessanten und zumindest deskriptiv eindeutigen Aussagen gekommen ist – in diesem Fall: bezüglich der Kommentare in deutschen und österreichischen Qualitätszeitungen zur Papstwahl, die sich hinsichtlich formaler Faktoren wie Satzlänge und Absatzgröße eindeutig voneinander unterschieden haben. Quantitative Methoden scheinen also zu Ergebnissen zu führen, die ansonsten nicht auffindbar und darstellbar sind. Aus diesem Grund soll das Vorgehen noch einmal erprobt werden – nun nicht bezogen auf ein spezifisches und damit die Anzahl der zur Verfügung stehenden Kommentare zwangsläufig begrenzendes Thema, sondern allgemeiner auf die Frage, ob sich der Publikationsort bzw. der Zeitungstyp auf formale Charakteristika eines Kommentars auswirkt.

Damit greife ich das Thema dieses Bandes auf; gleichzeitig ermöglicht diese Erweiterung, dass exakt bestimmbare formale Kategorien existieren, die dennoch zu einem genügend großen Untersuchungskorpus führen können. Insbesondere ist das *Helsinkier Kommentarkorpus* umfangreich genug (LENK 2016), um ein Sample zu generieren, das entsprechenden Anforderungen Stand hält.

Die beiden in der genannten Vorstudie benutzten Kategorien (Satzlänge und Absatzgröße) sollen erneut untersucht werden, da sie sich damals als sinnvoll erwiesen hatten. Wenn aber diese Kategorien als Untersuchungsgegenstand gewählt werden, erfolgt zwangsläufig bereits die erste Einschränkung, da sich unterschiedliche Sprachen unter anderem

aufgrund ihrer spezifischen Wortbildung sehr unterscheiden können (und daher Wörter und Sätze in Abhängigkeit von der Sprache unterschiedlich lang sein können; vergleiche beispielsweise FINEGAN 1999) oder in unterschiedlichen Kulturen unterschiedliche Argumentationsmuster bereits in der Schule gelehrt werden, die sich, wie konkret am Beispiel Frankreichs deutlich gemacht werden kann, durchaus auch auf die Absatzgestaltung und mithin -größe auswirken können (vergleiche beispielsweise RAULINE 2013). Dies schließt grundsätzlich ein komparatives Vorgehen nicht aus; dies müsste dann aber mehrstufig erfolgen. Wenn also gezeigt werden kann, dass sich die Satzlänge bzw. die Länge eines Artikels je nach Ressort oder Zeitungskategorie im Kontext des Deutschen voneinander unterscheiden, wäre zweifellos von Interesse, in einem weiteren Schritt zu untersuchen, ob dies auch in Frankreich oder in anderen Ländern der Fall ist. Es handelte sich dann also um einen quantitativen Meta-Vergleich, der beispielsweise untersuchte, ob systematisch Kommentare eines spezifischen Ressorts längere Sätze oder größere Absätze aufweisen als diejenigen eines anderen Ressorts.

Da aber derzeit noch unbekannt ist, ob es solche Unterschiede in verschiedenen Ländern gibt und ob sie sich überall gleich oder ähnlich auswirken – Hartmut Lenk und Marjo Vesalainen haben ja beispielsweise noch 2012 darauf hingewiesen, dass die diesbezügliche Forschungslage sehr unbefriedigend ist, so dass keine entsprechenden Erkenntnisse als gesichert gelten können –, wäre ein solches Vorgehen bei einer Pilotstudie noch nicht sinnvoll. Aus diesem Grund beschränke ich mich auf eine Sprache. Da wiederum die Sprache, der die meisten Kommentare des *Helsinkier Kommentarkorpus* entstammen, das Deutsche ist, liegt es nahe, sich zunächst darauf zu konzentrieren.

Die Nutzung des *Helsinkier Kommentarkorpus* gibt weitere Einschränkungen vor. Da hier nur Zeitungskommentare gesammelt worden sind, entfallen alle anderen Medien, also beispielsweise Kommentare aus unterschiedlichen Publikationskontexten des Internets, Fernsehkommentare, Hörfunkkommentare usw.

Dagegen finden sich im Korpus Kommentare aus Boulevardzeitungen, beispielsweise aus *Bild* oder der *tz* aus München. Weitere Kommen-

tare finden sich aus Qualitätszeitungen, beispielsweise aus der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, der *Süddeutschen Zeitung* oder dem *Neuen Deutschland*, sowie aus verschiedenen Regional- und Lokalzeitungen aus allen deutschen Bundesländern. Entsprechend der in GIESSEN (2012) herausgearbeiteten Klassifizierung wären dabei die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* und das *Neue Deutschland* als traditionelle Qualitätszeitungen zu bewerten, da sie (zumindest bezüglich der 2012 untersuchten Texte) den stilistischen Standards entsprochen haben, die mit dieser Zeitungskategorie assoziiert werden; insbesondere haben sie einen tendenziell elaborierten Code aufgewiesen. Dagegen sind in der genannten Untersuchung andere bundesweit vertriebene Zeitungen aufgefallen, die gemeinhin als Qualitätszeitungen bewertet werden, bei der die Untersuchung jedoch verschiedene stilistische Merkmale belegt hat, die tendenziell eher bei Boulevardzeitungen erwartet worden waren, etwa eher kurze Sätze, wenige rhetorische Figuren usw. Auch inhaltlich wiesen diese Zeitungen Gemeinsamkeiten auf, etwa die Ablehnung ökonomischer bzw. politiktheoretischer Erklärmuster und eine ausgeprägte Tendenz zur Personalisierung der Berichterstattung. Aus den Zeitungen, die im *Helsinkier Kommentarkorpus* vertreten sind, entspricht vor allem die *Junge Welt* diesem Typus, in einem geringeren Maß – also faktisch eine Mittelposition einnehmend – die *Süddeutsche Zeitung*.

Unter Publikationsort ist einerseits gemeint, in welcher Zeitung der Kommentar erschienen ist. In der genannten früheren Arbeit (GIESSEN 2012) habe ich bereits Unterschiede zwischen traditionellen Qualitätszeitungen und einer neuen Form von Qualitätszeitungen, die sich nicht scheuen, stilistisch Elemente des Boulevards aufzugreifen, feststellen können. In derselben Studie konnten des Weiteren Unterschiede zwischen Regionalzeitungen beobachtet werden, die davon abhängen, ob ihr Verbreitungsgebiet eher ländlich oder eher urban ist. So liegt es nahe, erneut zu untersuchen, ob sich die jeweilige Zeitungskategorie auf die quantitativ messbaren Gestaltungskriterien der Pressekommentare auswirkt.

Neben den schon genannten Boulevard- und Qualitätszeitungen finden sich im *Helsinkier Kommentarkorpus* zahlreiche Regional- und Lokalzeitungen. Ein mehr oder weniger ländliches Verbreitungsgebiet weisen beispielsweise die *Hessische Allgemeine*, die *Lübecker Nachrichten*, die *Märkische Oderzeitung* oder die *Rheinpfalz* auf. Aus einem eher urbanen Verbreitungsgebiet kommen beispielsweise das *Darmstädter Echo*, die *Leipziger Volkszeitung*, die *Potsdamer Neuesten Nachrichten*, die *Rheinische Post* oder die *Westdeutsche Allgemeine Zeitung*. Andere Zeitungen, deren Zuordnung mir aufgrund mangelnder regionalgeographischer Kenntnisse nicht möglich war bzw. die eine nicht exakt feststellbare Mischsituation aufweisen, wurden nicht in die Untersuchung aufgenommen. Beispielsweise konnte ich nicht entscheiden, ob etwa die *Dachauer Nachrichten* eine eher ländlich oder eher urban orientierte Leserschaft haben. Einerseits ist die Region Dachau durchaus ländlich geprägt, andererseits befindet sie sich im Wohnumkreis von München, so dass gar Metropolencharakteristika existieren dürften. Da mir ohne genaue Kenntnis der Situation und des Umfelds die Entscheidung nicht möglich war, diese Zeitung und ihre Situation zu bewerten, ist sie – ähnlich wie weitere, vergleichbare Blätter – nicht in die Untersuchung einbezogen worden.

Als Publikationsort kann aber auch das Ressort verstanden werden, in dem der Kommentar erschienen ist. Das Ressort wird in der Regel durch eine eigene Redaktion definiert. Obwohl die ehedem sehr strenge Trennung heute, wo alle Redakteure gemeinsam in sogenannten Newsrooms arbeiten müssen, etwas weniger strikt als früher ist, bleiben in der Regel einzelne Redakteure für spezifisch definierte Bereiche wie Politik, Wirtschaft, Sport oder Kultur zuständig.

Jede Zeitung des Korpus hat auch eindeutig definierte politische Seiten; häufig gibt es noch eine Subgliederung in Außenpolitik und Innenpolitik. Zudem gibt es selbst bei der Mehrzahl der bundesweit vertriebenen Qualitätszeitungen Redakteure und in der Regel – auch bei der *Süddeutschen* oder der *FAZ* – eigene Seiten, die der Landespolitik gewidmet sind. Regional- und Lokalzeitungen haben noch Lokalredaktionen; der Übergang zwischen Regionalem und Lokalem ist hier meist fließend, da

die Lokalredakteure stets Informationen und oft auch Kommentierungen aus ihrem lokalen Berichtsgebiet für die Landesseiten erstellen. Aus diesem Grund soll hier die Lokal-, Regional- bzw. Landespolitik eine eigene Kategorie darstellen. Eigene Seiten gibt es in jeder Zeitung des *Helsinkier Kommentarkorpus* für die Bereiche Wirtschaft, Kultur und Sport.

Es wurde bereits mehrfach darauf hingewiesen, dass eine quantitative Analyse, die nicht beispielsweise Einzelphänomene untersuchen will, ein Untersuchungskorpus benötigt, welches so groß ist, dass die Untersuchungsresultate jenseits des zufälligen Bereichs liegen. Nicht alle Ressorts führen jedoch zu einer genügend großen Anzahl von Kommentaren. So gibt es beispielsweise auch immer wieder Kommentare in den Feuilletons bzw. Kulturressorts der Zeitungen, aber doch deutlich seltener als in anderen Ressorts. Im *Helsinkier Kommentarkorpus* gibt es etwa keinen Kommentar aus dem Kulturteil der *Süddeutschen Zeitung*. Ähnlich sieht die Situation bei vielen Regional- und Lokalzeitungen aus, etwa bei der *Rheinpfalz*, der *Saarbrücker Zeitung*, der *Märkischen Oderzeitung* oder den *Lübecker Nachrichten*. Immerhin jeweils maximal einen Kultur-Kommentar pro Woche findet man im *Darmstädter Echo* oder beispielsweise der *Hessischen Allgemeinen*, aber auch hier gibt es keine häufigere Nutzung der kommentierenden Gattung im Kulturteil. Dagegen finden sich in verschiedenen Zeitungen täglich mehrere politische Kommentare; die meisten Zeitungen haben auch regelmäßige Wirtschaftskommentare, die *Süddeutsche Zeitung* beispielsweise ebenfalls täglich. Auch auf den Sportseiten finden sich regelmäßig Kommentare. Die quantitative Analyse kann sich daher auf Kommentare aus den Ressorts Politik, Wirtschaft und Sport beziehen, aber nicht auf den Bereich der Kultur bzw. des Feuilletons.

Schließlich muss noch eine Sonderform des politischen Kommentars angesprochen werden: der landespolitische bzw. kommunalpolitische Kommentar. Er ist in den Lokal- und Regionalzeitungen Standard, wenn bei den bundesweit vertriebenen Qualitätszeitungen aber explizit auf Landespolitik bezogene Kommentare auf den Meinungsseiten mitberücksichtigt werden, wird das Korpus auch hier groß genug, um diese

Politikkommentare als eigene Subkategorie in die Untersuchung aufzunehmen.

Die Untersuchung führt mithin zu den folgenden Gattungen: „klassische“ Politikkommentare (Innenpolitik und Außenpolitik), Kommentare, die sich auf die Landes-, Kommunal- bzw. Regionalpolitik beziehen, Kommentare, die sich auf Wirtschaftsereignisse beziehen, sowie Kommentare aus dem Sportressort.

Insgesamt sollen also Kommentare aus folgenden Kontexten quantitativ untersucht und dabei systematisch Gemeinsamkeiten bzw. Unterschiede überprüft werden:

1. Kommentare zur Außen- und Innenpolitik in traditionellen Qualitätszeitungen (entsprechend der in GIESSEN [2012] herausgearbeiteten Klassifizierung)
2. Kommentare zur Lokal-, Regional- und Landespolitik in traditionellen Qualitätszeitungen
3. Kommentare zur Wirtschaft in traditionellen Qualitätszeitungen
4. Sportkommentare in traditionellen Qualitätszeitungen
5. Kommentare zur Außen- und Innenpolitik in Qualitätszeitungen, die Boulevardisierungselemente aufweisen
6. Kommentare zur Lokal-, Regional- und Landespolitik in Qualitätszeitungen, die Boulevardisierungselemente aufweisen
7. Kommentare zur Wirtschaft in Qualitätszeitungen, die Boulevardisierungselemente aufweisen
8. Sportkommentare in Qualitätszeitungen, die Boulevardisierungselemente aufweisen
9. Kommentare zur Außen- und Innenpolitik in Regionalzeitungen mit eher ländlichem Verbreitungsgebiet
10. Kommentare zur Lokal-, Regional- und Landespolitik in Regionalzeitungen mit eher ländlichem Verbreitungsgebiet
11. Kommentare zur Wirtschaft in Regionalzeitungen mit eher ländlichem Verbreitungsgebiet

12. Sportkommentare in Regionalzeitungen mit eher ländlichem Verbreitungsgebiet
13. Kommentare zur Außen- und Innenpolitik in Regionalzeitungen mit eher urbanem Verbreitungsgebiet
14. Kommentare zur Lokal-, Regional- und Landespolitik in Regionalzeitungen mit eher urbanem Verbreitungsgebiet
15. Kommentare zur Wirtschaft in Regionalzeitungen mit eher urbanem Verbreitungsgebiet
16. Sportkommentare in Regionalzeitungen mit eher urbanem Verbreitungsgebiet
17. Kommentare zur Außen- und Innenpolitik in Boulevardzeitungen
18. Kommentare zur Lokal-, Regional- und Landespolitik in Boulevardzeitungen
19. Kommentare zur Wirtschaft in Boulevardzeitungen
20. Sportkommentare in Boulevardzeitungen

Im Politikbereich gab es kein Problem, auch eine Anzahl von Kommentaren sogar im mittleren oder gar höheren zweistelligen Bereich zu finden. Enger war es im Bereich der Wirtschaftskommentare, die in beiden Qualitätszeitungskategorien sowie bei den Regionalzeitungen in genügender Anzahl aufgefunden werden können, aber bei den Boulevardzeitungen lediglich in geringer Anzahl vorkamen. Bezüglich des Ressorts Sport verhielt es sich ebenso; allerdings war es hier die Kategorie der Qualitätszeitungen, die eine geringere Kommentaranzahl aufwies. Insgesamt wurden 80 Texte untersucht.

2. Resultate

2.1 Wörter pro Satz

Die Wörter der Kommentare aus dem *Helsinkier Kommentarkorpus* wurden gezählt; anschließend die Anzahl der Sätze. Das Resultat ist mithin unabhängig von der Länge des Kommentars. Somit spielen redaktionelle oder gestalterische Zwänge der jeweiligen Zeitung keine Rolle. Der Wert

erlaubt eine Aussage zur Elaboriertheit des Stils, der wiederum Rückschlüsse auf die Leserschaft und das Selbstbild der jeweiligen Zeitung gestattet.
Die quantitative Auswertung der achtzig Kommentare aus dem *Helsinkier Kommentarkorpus* hat zu folgenden Ergebnissen bezüglich der Kategorie „Wörter pro Satz" hinsichtlich der verschiedenen Zeitungskategorien und Ressorts geführt:

	traditionelle Qualitätszeitung	Qualitätszeitg. mit Boulevardisierungselementen	Regionalzeitung mit eher urbanem Verbreitungsgebiet	Regionalztg. mit ländlichem Verbreitungsgebiet	Boulevardzeitungen
Politikkommentare	16,4	13,8	14,3	16,4	11,5
Kommentare zur Lokal-, Regional- und Landespolitik	15,9	13,1	14,4	16,1	11,8
Wirtschaftskommentare	16,2	13,7	14,9	16,7	13,1
Sportkommentare	13,9	12,8	13,3	15,4	10,2

Tab. 1: Wörter pro Satz.

Auffällig ist, dass es bezüglich einer Unterscheidung zwischen Qualitätszeitungen und Regional- bzw. Lokalzeitungen kaum Unterschiede gibt. Beide weisen – als Kategorien – eine fast identische Wortanzahl pro Satz auf – die Qualitätszeitungen mit im Gesamtschnitt 14,5 Wörtern pro Satz sogar eine niedrigere als die Regional- bzw. Lokalzeitungen mit im Gesamtschnitt 15,2 Wörtern pro Satz.

Dies überrascht, da ja traditionell davon ausgegangen wird, Qualitätszeitungen richteten sich an eine besonders gebildete Elite, die ihr Bildungsniveau im Stil der Zeitung widergespiegelt sehen möchte – sei es zur individuellen Selbstbestätigung, sei es als Distinktionswunsch (zum Begriff: BOURDIEU 1979) gegenüber den weniger gebildeten Schichten der Bevölkerung. Da allgemein komplexe Sätze zu den Charakteristika des elaborierten Sprachstils gehören, ist eigentlich von einer höheren Wortzahl pro Satz als bei Regional- bzw. Lokalzeitungen auszugehen, die sich nicht über das soziale oder bildungsbezogene Niveau ihrer Leserschaft definieren, sondern über das Verbreitungsgebiet, in dem sie jeweils möglichst alle oder doch zumindest viele Einwohner erreichen wollen.

Eine Erklärung könnte in der Dichotomie liegen, die ich in GIESSEN (2012) herausgearbeitet habe: Werden die Qualitätszeitungen in zwei Gruppen geschieden – „traditionelle“ und „neue“, mit Boulevardisierungselementen arbeitende Zeitungen; die zweite Gruppe hätte als Zielpublikum eher eine gebildete Leserschaft, die weniger auf Distinktion Wert legt, weil sie eher egalitäre Lebenskonzepte verfolgt –, ergibt sich in der Tat eine deutliche Separierung auch bezüglich der Kategorie der Wortzahl pro Satz. Bei traditionellen Qualitätszeitungen finden wir nun in der Tat einen recht gehobenen Wert mit im Durchschnitt 15,6 Wörtern pro Satz (und damit auch einen höheren Wert, als wir ihn im Schnitt in den Regional- bzw. Lokalzeitungen finden). Dass die hier (noch?) als Qualitätszeitungen charakterisierten Blätter im Gesamtschnitt unter den Regional- bzw. Lokalzeitungen liegen, ist demnach auf die zweite Kategorie innerhalb dieser Gruppe zurückzuführen: diejenigen, die keinen elaborierten Sprachcode pflegen und eher mit Boulevardisierungselementen arbeiten. In dieser Kategorie haben wir einen Durchschnitt von nur 13,4 Wörtern pro Satz. Die Resultate dieser Untersuchung bestätigen also die Befunde meiner früheren Studie: Es gibt innerhalb der traditionell als Qualitätszeitungen bezeichneten Blätter eine deutliche Dichotomie. Sprachliche Charakteristika – zumindest das Charakterisikum der Wortanzahl pro Satz als Indikator für einen elaborierten Sprachcode – sind demnach kein Definitionskriterium für (alle) Qualitätszeitungen mehr.

In meiner früheren Studie aus dem Jahr 2012 habe ich Regional- bzw. Lokalzeitungen bereits in Blätter mit einem eher urbanen und einem eher ländlichen Verbreitungsgebiet unterteilt. Zugrunde lag die Vermutung, dass die Schulbildung in Deutschland in ländlichen Regionen seit der Bildungsoffensive der siebziger Jahre im Westen bzw. aus grundsätzlichen Gründen bereits seit den fünfziger Jahren im Osten mindestens ebenso gut wie in urbanen Zentren ist, dort aber vielleicht noch ein wertkonservativeres Klima herrscht oder andere Faktoren, die urbane Zentren prägen, angefangen von einer höheren Ablenkung bis hin zum Erleben größerer sozialer Probleme, weniger deutlich auftreten oder durch funktionierende soziale Netzwerke besser aufgefangen werden. In jedem Fall ist auch diese Unterscheidung wieder bestätigt worden. Im Durchschnitt unterscheiden sich die Regional- bzw. Lokalzeitungen mit eher urbanen Verbreitungsgebiet bezüglich der Kategorie der Wörter pro Satz recht deutlich von den Regional- bzw. Lokalzeitungen mit einem eher ländlichen Verbreitungsgebiet. Die Kommentare der Regional- bzw. Lokalzeitungen mit stärker ländlichem Verbreitungsgebiet weisen im Durchschnitt 16,1 Wörter pro Satz auf, die Kommentare der tendenziell urbanen Regional- bzw. Lokalzeitungen haben dagegen im Durchschnitt 14,2 Wörter pro Satz.

Damit liegen die Regional- bzw. Lokalzeitungen mit stärker ländlichem Verbreitungsgebiet bezüglich der Kategorie der Wortzahl pro Satz sogar noch vor den traditionellen Qualitätszeitungen (Ø 16,1 vs. 15,6 Wörter pro Satz). Dieses Resultat erscheint mir durchaus bemerkenswert – zumindest widerspricht es meinen Anfangserwartungen. Da das Resultat aber nicht signifikant ist, könnte es sich auch um ein Zufallsergebnis handeln.

Bei den Boulevardzeitungen gab es, wie erwartet, die mit Abstand niedrigsten Werte. Der Durchschnitt lag bei 11,7 Wörtern pro Satz. Der Abstand zu den anderen Kategorien ist auffällig.

Auch bezüglich der Ressorts gibt es interessante Resultate. Klassische Politikkommentare aus den Bereichen der Außen- bzw. der Innenpolitik weisen im Schnitt 14,3 Wörter pro Satz auf; Kommentare aus den Bereichen der Lokal- bzw. Regional- und Landespolitik haben im Schnitt

14,4 pro Satz. Insgesamt kommen wir bei Kommentaren aus den politischen Redaktionen auf einen Schnitt von 14,4 Wörtern pro Satz. Die Unterschiede zwischen klassischer Politik auf der einen Seite und Lokal-, Regional- und Landespolitik auf der anderen Seite sind nur minimal; somit geben die Untersuchungsergebnisse keine Anhaltspunkte für die Differenzierung dieser beiden Kategorien.

Wirtschaftskommentare weisen im Schnitt 14,9 Wörter pro Satz auf. Damit liegen sie, in nicht signifikantem Bereich, leicht über den Politikkommentaren (um im Schnitt lediglich 0,6 Wörter pro Satz). Insgesamt gibt es bezüglich der Satzlänge so gut wie keine Unterschiede zwischen Politik- und Wirtschaftskommentaren.

Sportkommentare weisen jeweils weniger Wörter pro Satz auf (der Durchschnittswert liegt bei 13,1 Wörtern pro Satz) als die Kommentare aus den Politikressorts bzw. dem Wirtschaftsressort, aber auch hier bewegen wir uns statistisch gesehen im nicht signifikanten Bereich.

2.2 Absatzgröße

Erneut wurden keine auf von redaktionellen oder gestalterischen Zwängen der jeweiligen Zeitung bestimmte Werte wie ‘Länge des Kommentars’ oder ‘Anzahl der Absätze’, sondern eine jenseits dieser Kriterien liegende Kategorie gewählt, die eine größere Vergleichbarkeit bezüglich Elaboriertheit des Stils und damit die Erwartungen bezüglich der Leserschaft und das Selbstbild der spezifischen Zeitung ermöglicht: die Absatzgröße, also die Anzahl der Wörter innerhalb eines Absatzes. Auch hier wird davon ausgegangen, dass es sich um ein Kriterium handelt, das Aussagen über die Komplexität eines Gedankens erlaubt – ein komplexer Gedanke benötigt mehr Platz; Absätze, die einen komplexeren Inhalt behandeln, sind umfangreicher.

Die quantitative Auswertung der achtzig Kommentare aus dem *Helsinkier Kommentarkorpus* hat hier zu den folgenden Ergebnissen hinsichtlich der verschiedenen Zeitungskategorien und Ressorts geführt:

	traditionelle. Qualitätszeitung	Qualitätszeitg. mit Boulevardisierungselementen	Regionalzeitung mit eher urbanem Verbreitungsgebiet	Regionalztg. mit ländlichem Verbreitungsgebiet	Boulevardzeitungen
Politikkommentare	79,8	48,2	65,7	77,3	19,8
Kommentare zur Lokal-, Regional- und Landespolitik	77,6	46.9	64,1	76,8	22,5
Wirtschaftskommentare	85,3	67,1	76,2	82,7	25,2
Sportkommentare	48,2	37,7	46,3	47,8	17,8

Tab. 2: Absatzgröße.

Erneut gibt es kaum Unterschiede zwischen Qualitätszeitungen – zusammengerechnet – und Regional- bzw. Lokalzeitungen. Die Qualitätszeitungen haben durchschnittlich 65,7 Wörter, Kommentare in Regional- bzw. Lokalzeitungen durchschnittlich 67,1 Wörter pro Absatz. Da jedoch bei Qualitätszeitungen, die Boulevardisierungselemente aufweisen, mit Ausnahme der Wirtschaftskommentare jeweils sogar noch leicht niedrigere Werte als bei den Regional- bzw. Lokalzeitungen festgestellt werden können, sind die höheren Durchschnittswerte ausschließlich auf die traditionellen Qualitätszeitungen zurückzuführen. Ihre Werte liegen sehr deutlich über den Werten aller anderen Zeitungskategorien.

Wenn die Absatzgröße tatsächlich als Indikator für einen komplexen, elaborierten Stil dient, bestätigt der hier vorgefundene Wert die Erwartungen. Der Unterschied zwischen traditionellen Qualitätszeitungen und den nach wie vor als Qualitätszeitungen eingeschätzten Blättern, die aber bewusst sprachliche Boulevardisierungsmechanismen einsetzen, konnte erneut bestätigt werden.

Auch die bereits früher beobachteten (und oben bestätigten) Befunde bezüglich der Unterscheidung zwischen Regional- bzw. Lokalzeitungen mit urbanem und mit ländlichem Verbreitungsgebiet ließen sich erneut bestätigen. Der Unterschied findet sich in allen Ressorts ausnahmslos.

Insgesamt sind die Werte der Absatzgröße bei traditionellen Qualitätszeitungen (nach wie vor und im Gegensatz zur Wortzahl pro Satz) am höchsten, hier liegen sie vor den Regional- bzw. Lokalzeitungen mit ländlichen Verbreitungsgebiet, sowie deutlich vor den (ehemaligen?) Qualitätszeitungen, die Boulevardisierungselemente aufweisen. Mit deutlichem Abstand weisen die Boulevardzeitungen die geringste Wortanzahl pro Absatz auf.

Auch bezüglich der Ressorts werden die Vorüberlegungen, die Resultate der Vorstudien wie auch die Beobachtung bezüglich des Wertes der Wortzahl pro Satz in der Tendenz bestätigt. Erneut gibt es nur geringe Unterschiede zwischen „klassischen“ Politikkommentaren und landes-, regional- oder lokalpolitischen Kommentaren. Letztere weisen erneut einen geringeren Wert auf.

Wirtschaftskommentare weisen in allen Zeitungskategorien bezüglich der Kategorie der Absatzgröße (und bei dieser Kategorie, im Gegensatz zur Kategorie der Wortanzahl pro Satz, sogar ohne jede Ausnahme) die höchsten Werte auf. Im Schnitt sind es 67,3 Wörter pro Absatz, also fast 10 Wörter pro Absatz mehr als bei den Politikkommentaren. Der Unterschied ist deutlicher als bei der Kategorie der Wörter pro Satz. Im Gesamtkontext werden die Ausgangsvermutungen tendenziell wieder bestätigt.

Deutlich größer als die Diskrepanz zwischen Politik- und Wirtschaftskommentaren ist der Unterschied zwischen den Kommentaren aus dem Sportressort und den anderen Ressorts. Hier haben wir über die Zeitungskategorien hinweg einen Wert von fast 40 Wörtern pro Absatz. Sportkommentare unterscheiden sich also erneut und dieses Mal stärker als zuvor von allen anderen Kommentaren. Im Sportressort herrschen mithin andere Gepflogenheiten bzw. Erwartungen an die Leserschaft als in den anderen Ressorts.

3. Interpretation und Bewertung

Die vorliegende Untersuchung weist durch die Beobachtung, dass dieselben Effekte und Hierarchisierungen in unterschiedlichen Kontexten stets systematisch und identisch auftreten, eine innere Kohärenz auf: bezüglich der Kategorie der Wortzahl pro Satz sowie der Kategorie der Absatzgröße. Zwischen beiden Kategorien gibt es keinen kausalen Zusammenhang, sie hängen nicht ursächlich miteinander zusammen. Von daher muss es ein *tertium comparationis* geben, das im Rahmen der jeweils unterschiedlichen Kategorien zur selben Konsequenz führt. Das *tertium comparationis* liegt im stilistischen Bereich. Die Unterschiede sind systematisch und wirken sich bezüglich der beiden hier untersuchten Themen aus: der Zeitungskategorie und dem Ressort. Auf diese Art und Weise entsteht eine Rangfolge.

Bezüglich der Zeitungskategorien konnten meine Ergebnisse aus dem Jahr 2012 bestätigt werden. Demnach haben sich die Qualitätszeitungen in zwei sehr unterschiedliche Subkategorien aufgesplittet. Diese Aufspaltung wird hier mit dem stilistischen Merkmal der Elaboriertheit begründet, das traditionell als Kriterium für Qualitätszeitungen galt. Ein Segment der traditionell unter die Kategorie der Qualitätszeitungen subsumierten Blätter hat regelmäßig kürzere Sätze und Absätze als das andere. (Dass dies offenbar mit inhaltlichen Schwerpunktverlagerungen einher geht, konnte ich in der Studie aus dem Jahr 2012 zeigen, wo die traditionell den Qualitätszeitungen zugerechneten Blätter, die hier einen weniger elaborierten Code nutzen, inhaltlich mehr auf Personalisierungsstrategien setzen, während die „traditionellen" Qualitätszeitungen in ihren Kommentaren eher Strukturen und Motivationen darzustellen versuchten und beispielsweise stärker ökonomische Erkläransätze nutzten, um Effekte zu erläutern). Die Konkordanz mit den früheren Resultaten unterstreicht die innere Kohärenz der hier vorgefundenen Resultate.
Die Hierarchisierung sähe daher folgendermaßen aus, von tendenziell eher elaboriert bis tendenziell eher boulevardesk:

1. Qualitätszeitungen 1: sprachlich eher elaboriert, mit relativ langen Sätzen und längeren Absätzen

2. Regional- bzw. Lokalzeitungen mit eher ländlichem Verbreitungsgebiet: tendenziell ebenfalls eher lange Sätze und längere Absätze
3. Regional- bzw. Lokalzeitungen mit eher urbanem Verbreitungsgebiet: tendenziell weniger lange Sätze und kürzere Absätze
4. Qualitätszeitungen 2 (ehemalige Qualitätszeitungen?): weniger elaboriert, sprachlich eher am Stil der Boulevardpresse orientiert, mit den kürzesten Sätzen und den kürzesten Absätzen
5. Boulevardzeitungen: geringste Anzahl von Wörtern pro Satz, kürzeste Absätze

Zudem konnte gezeigt werden, dass es systematische Unterschiede bezüglich der Ressorts gibt. Auch hier ergibt sich eine Rangfolge, die sich in allen Zeitungskategorien wiederfindet. Mit entsprechender Abfolge (von tendenziell eher elaboriert bis tendenziell eher boulevardesk) sieht dies so aus:

1. Wirtschaftskommentare
2. „klassische" Politikkommentare (Innen- und Außenpolitik)
3. Kommentare aus den Bereichen der Lokal- bzw. Regional- und Landespolitik
4. Sportkommentare

Auffällig ist, dass die Unterschiede zwischen den beiden Politikkategorien sowie auch insgesamt zwischen den Ressorts Politik und Wirtschaft zwar einerseits systematisch erkennbar und in allen Zeitungskategorien beobachtbar, dennoch bezüglich des Ausmaßes eher schwach sind. Dagegen ist der Unterschied zwischen Politik- und Wirtschaftskommentaren einerseits und Kommentaren des Sportressorts andererseits deutlich größer. Offensichtlich haben die Sportredaktionen – erneut: übergreifend über alle Zeitungskategorien – ein jeweils eigenes, spezifisches Selbstverständnis.

In jedem Fall konnte gezeigt werden, dass sich Kommentare hinsichtlich einiger formaler Eigenschaften nicht nur bezüglich der unterschiedlichen Zeitungskategorien, sondern auch hinsichtlich der Ressorts systematisch unterscheiden.

Literatur

Bourdieu, Pierre (1979): La Distinction: Critique sociale du jugement. Paris.

Diehl, Jörg M./Arbinger, Roland (2001): Einführung in die Inferenzstatistik. 3. Auflage. Magdeburg.

Eggers, Hans/Dietrich, Rainer/Klein, Wolfgang (1969): Elektronische Syntaxanalyse der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen.

Finegan, Edward (1999): Language – Its Structure and Use. New York.

Giessen, Hans W. (2012): „Was nun, Herr Obama?“: Eine quantitative textanalytische und medienlinguistische Untersuchung deutschsprachiger Kommentare über die US-amerikanischen Midterm Elections im November 2010 aus unterschiedlichen Zeitungskategorien, samt Versuch einer Kategorisierung. In: Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.), 159–189.

Giessen, Hans W. (2017): Quantitative Methoden in der vergleichenden medienlinguistischen Analyse von Kommentartexten. In: Giessen, Hans W./ Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.): Persuasionsstile in Europa III. Linguistische Methoden zur vergleichenden Analyse von Kommentartexten in Tageszeitungen europäischer Länder. Hildesheim/Zürich/New York. (Germanistische Linguistik. 232–233), 77–90.

Lenk, Hartmut E. H. (2016): Das Helsinkier Kommentarkorpus: Grundlage und Teilergebnis des Projekts Persuasionsstile in Europa. In: Tarvas, Mari/Marten, Heiko F./Johanning-Radžienė, Antje (Hrsg.): Triangulum. Germanistisches Jahrbuch für Estland, Lettland und Litauen. 21. Folge. Beiträge des 10. Nordisch-Baltischen Germanistentreffens (Tallinn, 10.–13. Juni 2015). Bonn, 83–92.

Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (2012): Der Kommentar als persuasiver Text. Vergleichende Untersuchungen zu einer meinungsbetonten Textsorte in europäischen Massenkommunikationsmedien. In: Lenk, Hartmut E. H./ Vesalainen, Marjo (Hrsg.), 7–32.

Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.) (2012): Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar. Hildesheim/Zürich/New York. (Germanistische Linguistik. 218–219).

Luginbühl, Martin (2012): Fernsehnachrichten-Kommentare im Textsortennetz. In: Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.), 373–392.

Rauline, Laurence (2013): 100 Recettes pour Réussir le Bac Français. Paris.

Hartmut E. H. Lenk

Kommentartypen und ihre sprachlich-textuellen Merkmale in Boulevardtageszeitungen aus den deutschsprachigen Ländern

Unter besonderer Berücksichtigung syntaktischer Eigenschaften

Abstract

What are the textual and syntactical features of the text subtype 'commentary (i. e. op-ed) in the German popular press'? The paper deals with the media-specific peculiarities, different typologies and names of this text-type. The comparative analysis of 62 commentaries from German, 50 from Austrian and 22 commentaries from Swiss popular daily newspapers focuses on the thematic distribution, the length of the texts, the length and functional types of the sentences and their structures. Sports commentaries appear quite often in the newspapers under investigation. The texts analysed are generally much shorter than comparable texts in the quality press (except in Austria). Most of the analysed texts consist of rather short and simply structured sentences (with certain exceptions in Austria and Bavaria).

1. Fragestellungen

Kommentare und Leitartikel in Tageszeitungen, darüber herrscht weitgehender Konsens, gelten als ein journalistisches Genre bzw. als eine Textsorte. Sie können nach verschiedenen Kriterien in Kommentartypen oder Textsortenvarianten unterschieden werden. Dazu gehören neben den medialen Spezifika (Kommentare in verschiedenen Pressetypen, im Hörfunk und Fernsehen) und neben inhaltlichen Merkmalen (d. h. dem

Kommentarthema/-gegenstand bzw. dem Ressort, vgl. Abschnitt 3) v. a. typische textuell-kompositorische Strukturen und bestimmte sprachliche Eigenschaften. In diesem Beitrag sollen Kommentare in deutschsprachigen Boulevardzeitungen als Textsortenvariante charakterisiert und v. a. im Hinblick auf die textuellen und syntaktischen Eigenschaften näher bestimmt werden (Abschnitt 4 und 5). Grundlage der Untersuchung bilden die betreffenden Texte im *Helsinkier Kommentarkorpus*.

1.1 Mediale Spezifika

In der folgenden Untersuchung stehen meinungsbetonte Texte aus einer bestimmten Kategorie von Printmedien, nämlich aus solchen Tageszeitungen im Mittelpunkt, die vornehmlich als Einzelexemplare an Zeitungskiosken (in Österreich: Trafiken) sowie in Supermärkten oder, in Großstädten, durch „fliegende Händler“ an Straßenkreuzungen verkauft und daher auch Boulevard- oder Straßenverkaufszeitungen bzw. Kaufzeitungen genannt werden. Anders als die in manchen europäischen Ländern (u. a. Deutschland, Schweiz, Finnland) noch relativ stark vertretenen Abonnementzeitungen (auch konventionelle Tageszeitungen genannt) müssen sie in ihrer Aufmachung täglich um die Aufmerksamkeit und das (Kauf-)Interesse der Leserinnen und Leser werben. Inhaltlich greifen sie solche Themen auf, die ein Massenpublikum interessieren. Das sind v. a. Kriminalgeschichten, Intimitäten aus dem Leben von Prominenten, Skandale aus Politik und Gesellschaft, aber auch Sportereignisse (in erster Linie in Bezug auf die beliebtesten Sportarten). Textlänge und -stil passen sich, so die vorherrschende Meinung, den Rezeptionsbedingungen an: Zeitungen dieses Typs werden oft in öffentlichen Verkehrsmitteln auf dem Weg von der oder zur Arbeit gelesen. Es steht also vergleichsweise wenig Zeit für die Lektüre zur Verfügung. Außerdem ist eine ungeteilte Aufmerksamkeit auf das Studium der Texte i. d. R. nicht möglich.

Die (text-)linguistische Forschung hat sich gelegentlich mit sprachlichen Eigenschaften von Texten in Tageszeitungen dieses Typs befasst (z. B. WIESINGER 2015, ZIELIŃSKA 2016). Speziell die Kommentartexte

standen hingegen eher selten im Mittelpunkt der Betrachtung (vgl. aber LENK 2004 und 2017).

1.2 Typen und textuelle Merkmale des Kommentars

Kommentare werden in der Kommunikationswissenschaft und Publizistikforschung meist nach der Art der in ihnen verwendeten Argumentationsweise unterschieden. Danach können beispielsweise a) der Standpunkt-Kommentar (einseitige Argumentation für die eigene Auffassung bei Ausklammerung gegenteiliger Ansichten und Argumente), b) der dialektische Kommentar (mit Pro- und Kontra-Argumenten) und c) der diskursive Kommentar (direktes Aufeinandertreffen von Pro- und Kontra-Argumenten mit „Durcharbeitung der Argumente") voneinander abgegrenzt werden (SCHALKOWSKI 2011, 50–55). In SCHALKOWSKI (2016, 173) wird eine Zunahme des erstgenannten Typs von Kommentaren in heutigen deutschen Regionalzeitungen konstatiert.

Eine andere Unterscheidung ist die zwischen bewertenden und abwägenden (LÜGER 2016) bzw. erklärenden (Kommentar-)Texten. Die „Erklärstücke" (GIESSEN 2016) betten „ein Ereignis oder einen Sachverhalt entweder in seinen geschichtlich-gesellschaftlichen Hintergrund" ein, die bewertenden Texte stellen ihren Gegenstand „ins Licht gesellschaftlicher Normen und Werte" (SCHALKOWSKI 2017, 15).

Traditionell wird außerdem zwischen Kommentaren und Leitartikeln differenziert. Diese Unterscheidung wird in der einschlägigen Fachliteratur häufig nicht nur mit der argumentativen Struktur, sondern auch mit der Länge der Texte in Zusammenhang gebracht. Nach diesem Kriterium lassen sich in Bezug auf die deutsche Tagespresse Leitartikel (bzw. lange Kommentare), Kommentare und Kurzkommentare unterscheiden. Die Textsortenbezeichnungen *Leitartikel* und *Kommentar* werden jedoch nicht (mehr) von allen Tageszeitungen verwendet. So überschreibt die *Krone* in Wien ihre Meinungstexte beispielsweise mit „Thema des Tages", „Was dahinter steckt", „Bilanz", „Kommentar" und (im Ressort Sport mit) „Stopplicht". In der Zeitung *Österreich* tragen die Meinungstexte von den Herausgebern, die als Leitartikel gelten dürfen, den

Rubriktitel „Das sagt Österreich“, die anderen Meinungstexte sind als „Kommentar“ ausgewiesen. In der *Bild*-Zeitung und der *B.Z.* lautet die Textsortenkennzeichnung durchgängig „Kommentar“, im *Kurier* aus Berlin „Meine Meinung“, in der *Abendzeitung* aus München „Meinung“ oder (seltener) „Pro&Contra“, in der *tz* aus München im Bereich der Politik „Zum Tage“ und im Ressort Sport „Nachspiel“. Die Deutschschweizer Zeitungen *Blick* und *Blick am Abend* verwenden durchgehend „Kommentar“. – Die Textsortenkennzeichnung „Leitartikel“ wird im hier untersuchten Korpus nur vom *Kurier* aus Wien verwendet. Die so rubrizierten Texte sind dort durchweg länger als die im selben Blatt mit „Kommentar“ überschriebenen.

Eine weitere Möglichkeit für die Typologisierung von Zeitungskommentaren besteht in der Bestimmung der in den Texten realisierten Handlungsmuster auf sprechakttheoretischer Basis. Dabei können zunächst (in einer Top-down-Analyse) die in den Kommentaren realisierten Textillokutionen bestimmt werden. Eine Feindifferenzierung von Kommentartypen und -subtypen ist außerdem über die Beschreibung der Handlungswege möglich, die in den Texten beschritten werden und eine Abstraktion aus den konkreten Illokutionsstrukturen darstellen (vgl. LENK 2011 und 2012). Handlungswege bestehen aus Handlungsschritten wie ‘Situationsdarstellung’, ‘Situationsbewertung’, ‘Lösungsvarianten und deren Interpretation’, ‘Berufung auf Grundwerte’ usw. und stellen Cluster von Illokutionen dar, die in einer hierarchischen Beziehung zueinander stehen. Deren Ermittlung erfordert bei einer größeren Zahl von Texten jedoch einen hohen analytischen Arbeitsaufwand und muss späteren Untersuchungen vorbehalten bleiben.

1.3 Sprachliche Merkmale

Auf der sog. formulativen Ebene (ANTOS 1982) bieten sich selbstverständlich auch in Bezug auf Zeitungskommentare sehr viele mögliche Untersuchungsaspekte an, die u. a. als Stil des Textes auf verschiedenen

Ebenen[1] erfasst werden können, etwa der Gebrauch von Metaphern, kommunikativen Topoi und Bildfeldern in der Argumentation (DREWNOWSKA-VARGÁNÉ 2005, 2015 und 2017; SCHOWALTER 2008), oder, um ein weiteres Beispiel zu nennen, die Nutzung von sprachlichen Mitteln zum Ausdruck von Nähe und Distanz (u. a. SCHÄFER 2006). Für die Beschreibung der sprachlichen Eigenschaften von Kommentartypen als Textsortenvarianten könnten auch die in ihnen verwendeten pragmatischen Phraseme oder kommunikativen Routineformeln[2] sowie die syntaktischen Eigenschaften der Texte von Nutzen sein (vgl. Abschnitt 6).

2. Korpus: Die einbezogenen Tageszeitungen und Texte

Die Differenzierung von Tageszeitungstypen nach der Vertriebsart (in Abonnement- und Kaufzeitungen/Straßenverkaufszeitungen) ist in erster Linie aus den Gegebenheiten in der Bundesrepublik Deutschland erwachsen. Schon wenn man die Verhältnisse in den beiden anderen großen deutschsprachigen Ländern einbezieht, ergeben sich gewisse Probleme. So wird zum einen die größte Schweizer Boulevardzeitung *Blick* zu fast 70 % im Abonnement bezogen (vgl. LENK 2016b, 269).

Zum anderen gibt es in Österreich und der Schweiz (nicht aber in Deutschland) auch Gratis-Tageszeitungen. Sie bilden innerhalb der Klassifizierung nach der Verbreitungsweise aufgrund ihrer spezifischen (kostenlosen) Verteilung also einen weiteren Typ von Tageszeitungen (siehe auch Abschnitt 2.2). In Aufmachung, Stil und wesentlichen Inhaltsbestandteilen ähneln sie jedoch in vielerlei Hinsicht den Straßenverkaufszeitungen. Die im *Helsinkier Kommentarkorpus* erfassten Gratis-Tageszeitungen wurden daher in diese Untersuchung einbezogen. Der Ausdruck Boulevardzeitung wird im Folgenden zusammenfassend für Straßenverkaufs- und Gratistageszeitungen verwendet.

---

1 Vgl. dazu beispielsweise SANDIG (2006), EROMS (2008), KRIEG-HOLZ/BÜLOW (2016), HOFFMANN (2017) u. v. a. m.

2 Vgl. dazu auch LÜGER (2007), HYVÄRINEN (2011) und LENK (2014).

Das *Helsinkier Kommentarkorpus* besteht aus Kommentaren, die im Zeitraum vom 11. bis 24. März 2013 in Tageszeitungen aus 13 europäischen Ländern, darunter Deutschland, Österreich und dem deutschsprachigen Teil der Schweiz, erschienen sind (für Näheres vgl. LENK 2017).

Zum Korpus dieser Untersuchung gehören insgesamt 241 Kommentartexte aus elf Boulevardzeitungen: 113 Texte aus Deutschland, 100 aus Österreich und 28 aus der Deutschschweiz.

2.1 Boulevardzeitungen aus Deutschland

In der Bundesrepublik Deutschland gab es 2013 neun Straßenverkaufszeitungen. Die größte (und einzige überregional verbreitete) ist die *Bild*-Zeitung (die aber mit Regionalteilen erscheint). Darüber hinaus existier(t)en acht regionale Blätter dieses Typs: *Abendzeitung* (München), *Berliner Kurier*, *B.Z.* (Berlin), *Express* (Düsseldorf), *Express* (Köln/Bonn), *Hamburger Morgenpost*, *Morgenpost für Sachsen* (Dresden) und *tz* (München). Die Höhe der verbreiteten Auflage vom 1. Quartal 2013 bewegt sich zwischen 34 201 (*Express* Düsseldorf) und 133 458 (*B.Z.*) bei den regionalen Boulevardzeitungen und betrug 2 536 401 Exemplare bei der *Bild*-Zeitung; vgl. LENK (2016a, 130 und 132).

Von diesen neun Zeitungen sind die in der Tabelle 1 genannten fünf Blätter im *Helsinkier Kommentarkorpus* enthalten.

Zeitung	**Ausgaben**	**Kommentare**	**Kommentare je Ausgabe**
Bild	12	13	1,1
B.Z.	14	54	3,9
Berliner Kurier	14	21	1,5
Abendzeitung	12	14	1,2
tz	10	11	1,1
Insgesamt	**62**	**113**	**1,8**

Tab. 1: Kommentare aus bundesdeutschen Boulevardzeitungen.

Die Tabelle weist die Anzahl der Ausgaben im Erfassungszeitraum 11.–24.03.2013 sowie die Anzahl der im Projekt *Persuasionsstile in Europa* als Kommentar geltenden Texte aus (zur Definition der Textsorte Kommentar vgl. LENK/VESALAINEN 2012, 9f.).

Wie man sieht, ist die *B.Z.* die Zeitung, die mit fast vier Texten je Ausgabe die meisten Kommentare enthält. Bei den anderen bundesdeutschen Zeitungen dieses Typs findet sich durchschnittlich etwas mehr als ein Kommentartext pro Ausgabe. Die Kommentarfrequenz liegt damit deutlich unter jener der (meisten) Abonnementzeitungen, insbesondere der überregionalen Qualitätszeitungen (vgl. LENK 2016a).

Einen Zusammenhang zwischen der Verbreitung (Auflagenhöhe) und der Anzahl veröffentlichter Kommentare gibt es offensichtlich nicht, denn die *B.Z.* und die *tz* erreichten im 1. Quartal 2013 beide eine verbreitete Auflage von etwas über 133 000 Exemplaren (s. LENK 2016a, 132). Die *B.Z.* bringt jedoch durchschnittlich die meisten Kommentare je Ausgabe, die *tz* die wenigsten, und zwar gleich wenige wie die *Bild*-Zeitung, die eine beinahe zwanzig Mal größere Verbreitung hat (über 2,5 Mio. Ex.). Es ist offensichtlich so, dass die einzelnen Redaktionen der Textsorte Kommentar ein unterschiedliches Gewicht beimessen. Man darf dies als Teil der jeweiligen Redaktionskultur betrachten.

2.2 Boulevardzeitungen aus Österreich

Der Verband Österreichischer Zeitungsverleger unterscheidet bezüglich der Verbreitungsweise zwei Typen: Kaufzeitungen (die im Abonnement und im Einzelverkauf in Trafiken und anderen Einzelhandelsgeschäften erhältlich sind) und Gratiszeitungen (vgl. LENK 2016c, 299). Neben den (auch in Deutschland existierenden) zahlreichen Gratis-Wochenblättern gibt es in Österreich zwei (überregional verbreitete) entgeltlos vertriebene Tageszeitungen: *Österreich* (mit sieben Regionalausgaben) und *Heute* (mit drei Regionalausgaben). Von ihrer äußeren Aufmachung, den hauptsächlichen Inhalten, den journalistischen Präsentationsweisen und dem Layout ähneln sie der *Kronenzeitung* und dem *Kurier* (beide Wien). Legt man die in Deutschland übliche Typologie zu Grunde, so sind die

beiden zuletzt genannten Blätter als Boulevardzeitungen zu betrachten.[3] Damit gehen vier österreichische Tageszeitungen in das Korpus dieser Untersuchung ein, vgl. Tabelle 2.

Auch hier zeigen die Werte in der Tabelle, dass der Textsorte Kommentar in den verschiedenen Redaktionen ein höchst unterschiedliches Gewicht beigemessen wird. Anders als in Deutschland zeigt sich die größte der Kaufzeitungen, die *Kronenzeitung*, hier jedoch als das Blatt mit der höchsten Kommentarfrequenz. Bezüglich der Kommentaranzahl unterscheiden sich Kauf- und Gratiszeitungen offensichtlich nicht.

Zeitung	**Ausgaben**	**Kommentare**	**Kommentare je Ausgabe**
Heute	10	7	0,7
Krone	14	39	2,8
Kurier	14	28	2,0
Österreich	12	26	2,2
Insgesamt	**50**	**100**	**2,0**

Tab. 2: Kommentare aus österreichischen Kaufzeitungen.

Im Hinblick auf die Teilkorpora insgesamt sind die durchschnittlichen Kommentaranzahlen im bundesdeutschen und österreichischen Teilkorpus ungefähr miteinander vergleichbar.

2.3 Boulevardzeitungen aus der Deutschschweiz

In der Schweiz gilt die Tageszeitung *Blick* als das Pendant der bundesdeutschen *Bild*-Zeitung. Sie erscheint in Zürich, ist innerhalb des deutschsprachigen Teils der Schweiz jedoch überregional verbreitet. Selbstverständlich erreicht sie aber nur einen Bruchteil (genauer: mit gut 163 000 Ex. etwa 6,5 %) der Gesamtauflage der *Bild*-Zeitung.

3 Hinzu kommt, dass die Zeitung *Österreich* an manchen Tankstellen in der Alpenrepublik nicht kostenlos vergeben, sondern verkauft wird.

Im gleichen Verlag erscheint, von Montag bis Freitag, die Gratis-Tageszeitung *Blick am Abend*. Daneben gibt es heute in der Schweiz weitere Gratis-Tageszeitungen, darunter mit *20 Minuten* eine zweite deutschsprachige. Drei weitere deutschsprachige Gratis-Tageszeitungen (nach ihrem Hauptleserkreis auch Pendler-Zeitungen genannt) stellten 2009 ihr Erscheinen ein (vgl. LENK 2016b, 271). In das *Helsinkier Kommentarkorpus* konnten aus praktischen Gründen der Beschaffbarkeit nur *Blick* und *Blick am Abend* aufgenommen werden. Die Anzahl der Kommentare in diesen beiden Zeitungen weist Tabelle 3 aus. Auffällig ist dabei, dass die vier Kommentare, die im Erfassungszeitraum im Gratisblatt *Blick am Abend* erschienen, ausschließlich die Papstwahl zum Gegenstand hatten. Sie stammen alle vom selben Autor (Philippe Pfister).

Zeitung	**Ausgaben**	**Kommentare**	**je Ausgabe**
Blick	12	20	1,7
Blick am Abend	10	4	0,4
Insgesamt	**22**	**24**	**1,1**

Tab. 3: Kommentare aus Deutschschweizer Boulevardzeitungen.

Betrachtet man die Kommentarfrequenz im *Blick*, so ergeben sich keine auffälligen Unterschiede im Vergleich zu den meisten Boulevardzeitungen der anderen deutschsprachigen Länder. Bei *Blick am Abend* handelt es sich bezüglich der Häufigkeit und thematischen Begrenztheit der Textsorte Kommentar aber offensichtlich um einen Sonderfall.

3. Themenverteilung/Ressortzugehörigkeit der Kommentare

Große Zeitungsredaktionen sind üblicherweise in Abteilungen untergliedert, die für bestimmte inhaltliche Bereiche zuständig sind. Welche Ressorts jeweils unterschieden werden, hängt von der Anzahl der in der Redaktion Beschäftigten sowie den Schwerpunkten der Berichterstattung und Kommentierung des Blattes ab. Typische Ressorts oder Redaktionsbereiche sind beispielsweise Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur (letztere im weitesten Sinne verstanden: inklusive Bildung, Wissenschaft, Kunst,

Musik, Literatur, Gesellschaft usw.) sowie Lokales. (Spezielle Lokalredaktionen gibt es oft bei regional verbreiten Abonnement-Zeitungen, die mit einer Mantelausgabe und verschiedenen Lokalteilen erscheinen.)

Die verschiedenen Ressorts beteiligen sich, in unterschiedlichem Ausmaß, auch an der Kommentierung. In manchen Blättern erscheinen die betreffenden Kommentare auf den Seiten des jeweiligen Ressorts (oft ist dies bei Wirtschafts- und Sportkommentaren der Fall). Andere Zeitungen veröffentlichen entsprechende Kommentare und Leitartikel im Meinungsteil.

Im Politikressort kann, im Hinblick auf die Kommentargegenstände, weiter zwischen Außenpolitik/Ausland sowie Innenpolitik unterschieden werden. Mit letzterer sind in dieser Untersuchung Kommentare zum politischen Geschehen auf Bundesebene und auf der Ebene der Bundesländer/Kantone gemeint. Eine weitere spezielle Kategorie bei der Beschreibung der Kommentargegenstände wurde dem Geschehen in anderen EU-Ländern (etwa Ungarn) bzw. der Politik der EU (d. h. der Kommission wie auch der Euro-Gruppe oder der Versammlung der Finanzminister der EU-Länder, im Erfassungszeitraum März 2013 v. a. im Zusammenhang mit der Finanzkrise in Zypern) gewidmet. Der Zufall wollte es, dass im Korpus ein weiteres Ereignis die Kommentierung in den Zeitungen vieler Länder dominierte: die Wahl von Papst Franziskus. Wegen der großen Bedeutung der katholischen Kirche und ihres Oberhaupts für die Gesellschaften in den deutschsprachigen Ländern hatte dieses Ereignis nicht nur als außenpolitisches oder EU-Geschehen Relevanz. Es wurde daher eine eigene Inhaltskategorie ‚Papstwahl' etabliert. Außerdem stellte sich in der Analyse der Themen und Gegenstände der Kommentare heraus, dass es aufgrund der betreffenden Anzahl von Texten Sinn macht, auch für die Kommentierung von Gerichtsentscheidungen und anderen Ereignissen im Bereich der Justiz sowie für die Kommentierung von Ereignissen und Entwicklungen im Medienbereich eigene Kategorien anzusetzen.

Die Verteilung der Kommentargegenstände auf die Ressorts oder Themenbereiche in den einzelnen Zeitungen zeigt Tabelle 4. Die Werte offenbaren, dass die jeweiligen Redaktionen ganz unterschiedliche

Ressort/Thema	**Deutschland (D)**					**Österreich (A)**				**Schweiz (CH)**	
Zeitung	*AZ*	*Kurier*	*Bild*	*B.Z.*	*tz*	*Heute*	*Krone*	*Kurier*	*Österr.*	*Blick*	*B.a.A.*
Ausland/Außenpolitik	3	3	2	7	0	0	2	3	0	1	0
EU/Europa	1	1	4	1	3	0	8	5	4	1	0
Papstwahl	0	0	0	0	2	2	7	5	2	2	4
Innenpolitik	4	6	4	7	4	0	4	4	3	5	0
Lokales/Lokalpolitik	2	1	0	**9**	1	0	2	1	0	0	0
Justiz/Rechtsprechung	2	1	0	3	0	0	0	3	0	0	0
Wirtschaft	0	2	0	0	0	1	3	3	0	2	0
Sport	1	6	1	14	1	3	11	**0**	**16**	**12**	0
Medien	1	1	2	0	0	1	1	2	1	0	0
Kultur/Bildg./Wiss./Gesellsch.	0	0	0	**13**	0	0	1	2	0	1	0
Insgesamt	**14**	**21**	**13**	**54**	**11**	**7**	**39**	**28**	**26**	**24**	**4**

Tab. 4: Verteilung der Kommentarthemen in den untersuchten Zeitungen

Schwerpunkte in der Kommentierung von verschiedenen Themenbereichen setzen. Auffällig ist beispielsweise, dass außenpolitische Kommentare in manchen Blättern (v. a. *tz*, *Österreich*, *Heute*) vollkommen fehlen. Ebenso bemerkenswert ist, dass das Thema Papstwahl in den bundesdeutschen Boulevardzeitungen (mit Ausnahme der *tz* aus München) gar nicht als Thema eines Kommentars erscheint, während es in den österreichischen und Deutschschweizer Boulevardzeitungen einen wichtigen Kommentargegenstand darstellt. Kommentare zu innenpolitischen (d. h. bundes- und landespolitischen) Themen erscheinen in fast allen untersuchten Zeitungen – mit Ausnahme von *Heute* und *Blick am Abend*. Interessant ist, dass das Lokalgeschehen − mit Ausnahme der *B.Z.* aus Berlin − in den deutschsprachigen Boulevardzeitungen nur vergleichsweise selten zu einem Kommentartext Anlass gibt. Sehr auffällig ist, dass der *Kurier* aus Wien und *Blick am Abend* keinen einzigen Sportkommentar veröffentlichen, während Sportkommentare im *Blick* die Hälfte aller Kommentare und in der Zeitung *Österreich* sogar mehr als 60 % aller Kommentare und Leitartikel ausmachen sowie (in unterschiedlicher Anzahl) in allen anderen Boulevardblättern veröffentlicht werden.

Stark auffallend ist schließlich die große Zahl von Kommentaren, die in der *B.Z.* im Erfassungszeitraum zum Themenbereich Kultur/Kunst/Bildung/Wissenschaft erschienen ist.

Es lässt sich also festhalten, dass auch bei der Wahl des Gegenstands von Kommentaren (wie schon bei der Anzahl von Kommentartexten überhaupt) die Unterschiede zwischen den einzelnen Redaktionen erheblich sind.

Macht es daher überhaupt Sinn, nach Unterschieden bei der Realisierung der Textsorte Kommentar auf nationaler Ebene zu fragen? Diese Frage ist u. a. von HAUSER/LUGINBÜHL (2010, 10 f.) sowie LUGINBÜHL (2010, 2012 und 2014) kritisch diskutiert worden. Auch bezüglich der Kommentaranzahl und ihrer Gegenstände bzw. Themen scheint es, dass einzelne Redaktionskulturen einen größeren Einfluss auf die Präsenz und inhaltliche Ausrichtung der Texte dieser Sorte haben als übergreifende, mit staatlichen Grenzen zusammenfallende Kommunikationsgemeinschaften. Dennoch lohnt sich ein Blick auf die thematische Verteilung

der Kommentare in den Boulevardzeitungen der drei deutschsprachigen Länder, wie ihn die Abbildungen 1 bis 3 vermitteln. Denn auf diese Weise wird die anteilmäßige Gesamtverteilung der Ressorts und Themen deutlich.

Zu den wichtigsten Ressorts oder Themen gehören in allen drei Ländern Sportkommentare und innenpolitische Kommentare. Letztere kommen auch in der Regionalpresse und in überregionalen Zeitungen zu einem vergleichbaren Anteil vor. Die starke Präsenz von Sportkommentaren ist jedoch ganz offensichtlich ein charakteristisches Merkmal der Boulevardzeitungen in Bezug auf diese Textsorte. Das hatten bereits die entsprechenden Vergleiche in LENK (2016a, 285 f.; 2016b, 286 und 2016c, 321) gezeigt.

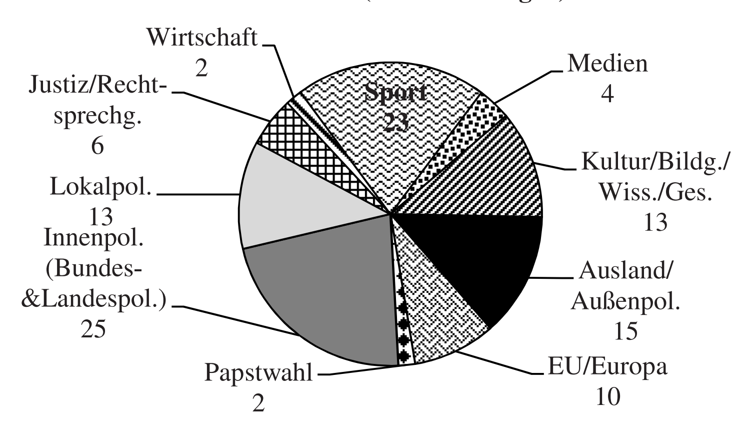


Abb. 1: Ressort-/Themenverteilung in den Kommentaren aus *Abendzeitung*, *Bild*, *B.Z.*, *Kurier* (Berlin) und *tz*.

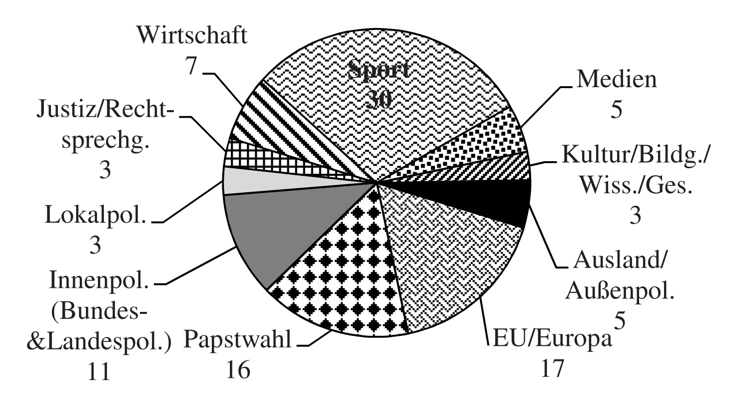


Abb. 2: Ressort-/Themenverteilung in den Kommentaren aus *Heute*, *Kronenzeitung*, *Kurier* (Wien) und *Österreich.*

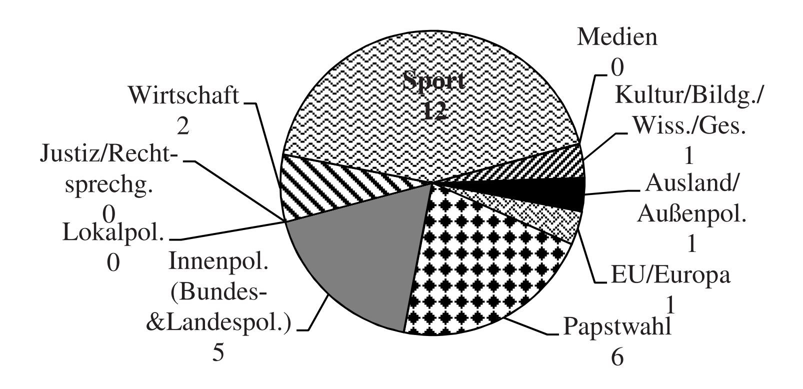


Abb. 3: Ressort-/Themenverteilung in den Kommentaren aus *Blick* und *Blick am Abend.*

4. Die Länge der Texte

Wie oben (siehe Abschnitte 1.1 und 1.2) bereits erwähnt, gehört auch die Länge der Texte zu den Eigenschaften, die einen Einfluss auf ihre typologische Zuordnung haben (können). Nach landläufiger Meinung sind Kommentare in Boulevardzeitungen generell kürzer als die meisten entsprechenden Texte in der Abonnementpresse. Wie verhält es sich damit nun im hier untersuchten Korpus?

Da die Analyse der Syntax (auf der auch die Angaben zur Textlänge basieren) händisch durchgeführt wurde, musste das Korpus aus Gründen des leistbaren Bearbeitungsaufwands weiter eingeschränkt werden. Ausgewählt wurden drei bundesdeutsche (*Bild*, *B.Z.* und *tz*), zwei österreichische (*Krone* und *Kurier*) und die beiden Deutschschweizer Boulevardzeitungen (*Blick* und *Blick am Abend*). Tabelle 5 enthält die betreffenden Werte für alle sieben Zeitungen. Insgesamt wurden 159 Texte analysiert, deren Gesamtwortzahl sich auf 26 134 beläuft.

Zeitung	***Bild***	***B.Z.***	***tz***	***Krone***	***Kurier***	***Blick***	***B.a.A.***
Textzahl	13	54	11	39	18	20	4
Gesamtwortzahl	1 716	4 548	1 968	8 127	5 030	3 767	978
Kürzester Text	106	62	144	182	82	152	180
Längster Text	166	132	337	239	437	230	423
Arithm. Mittel	132,0	84,2	178,9	208,4	279,4	188,4	244,5
Median	133	82	164	208	269	181	182

Tab. 5: Textlänge in den untersuchten sieben Zeitungen der drei Länder.

Gezählt wurden jeweils grafische Wörter (also Schrifteinheiten, die durch einen Wortabstand/ein Leerzeichen von anderen Einheiten abgegrenzt sind, wobei vor dem Wortabstand auch ein Satzzeichen stehen kann; auch Ziffern und Initialen wurden als Wort gezählt, Gedankenstriche jedoch nicht).

Wie schon bei der Kommentarfrequenz und der Themenverteilung treten auch in Bezug auf die Länge der Kommentartexte erhebliche Un-

terschiede zwischen den einzelnen Zeitungen auf, und zwar auch innerhalb Deutschlands und Österreichs. Die mit deutlichem Abstand kürzesten Texte erscheinen in der Berliner Straßenverkaufszeitung *B.Z.*, und zwar sowohl im Hinblick auf den kürzesten Text überhaupt als auch in Bezug auf die durchschnittliche Textlänge (arithmetisches Mittel), die weit weniger als die Hälfte der entsprechenden Werte für die *tz* aus München sowie die österreichischen und Deutschschweizer Zeitungen ausmacht. Auch der Median[4] ist eine kleinere Zahl.

Die größte Varianz bezüglich der Textlänge weist der Wiener *Kurier* auf. In ihm erscheint einerseits der zweitkürzeste Text, andererseits der längste im gesamten hier untersuchten Korpus. Die *Bild*-Zeitung enthält, was beide Mittelwerte und ihren längsten Text betrifft, nach der *B.Z.* die kürzesten Kommentartexte. Beide Zeitungen gehören zum selben Verlag. Doch handelt es sich um voneinander unabhängige Redaktionen. Ob hier ein Nord-Südgefälle vorliegt, müsste an einem größeren Korpus überprüft werden (das beispielsweise auch die *Hamburger Morgenpost* und die Ausgaben des *Express* einbezieht).

Auch wenn die Länge der Kommentartexte von der jeweiligen Redaktionskultur abzuhängen scheint, lohnt sich, ähnlich wie im Abschnitt 3, ein zusammenfassender Blick auf die Zeitungen aus den drei Ländern.

Land	**Deutschland**	**Österreich**	**Deutschschweiz**
Textzahl	78	57	24
Gesamtwortzahl	8 232	13 157	4 745
Kürzester Text	62	82	152
Längster Text	337	437	423
Arithm. Mittel	105,5	230,8	197,7
Median	89	210	182

Tab. 6: Textlänge der untersuchten Kommentare nach Ländern.

4 Wert, der sich in der Mitte findet, wenn man die Werte aller Textlängen/Wortanzahlen in einer Reihe auflistet; es gibt also genau so viele kürzere wie längere Texte.

Als ein durchaus bemerkenswertes Ergebnis tritt zutage, dass Kommentare in den untersuchten drei deutschen Boulevardzeitungen im Durchschnitt etwa nur halb so lang sind wie die entsprechenden Texte in den österreichischen und Deutschschweizer Blättern.

In dem Korpus von Regionalzeitungen, das in LENK (2013) untersucht wurde, betrug die gerundete durchschnittliche Länge der Texte 323 Wörter in bundesdeutschen, 330 in österreichischen und 261 Wörter in Deutschschweizer Blättern (LENK 2013, 31). Diese Werte liegen in allen drei Ländern deutlich über der durchschnittlichen Länge der hier untersuchten Kommentare aus Boulevardzeitungen. Damit kann bestätigt werden, dass Kommentare in Zeitungen dieses Pressetyps typischerweise wesentlich kürzer sind als in den Abonnementzeitungen.

5. Ausgewählte syntaktische Merkmale der Kommentare

MARIANN SKOG-SÖDERSVED hat im Kap. 4 ihrer Dissertation aus dem Jahre 1993 eine sehr detaillierte Analyse des Wortschatzes und der syntaktischen Eigenschaften von außenpolitischen Leitartikeln in vier überregionalen Tageszeitungen des Jahres 1983 aus den damals noch vier deutschsprachigen Ländern vorgenommen (SKOG-SÖDERSVED 1993, 251–295). Ausgewählt wurden aus jeder Zeitung (*Neues Deutschland*, *Neue Zürcher Zeitung*, *Die Presse* und *Süddeutsche Zeitung*) zwischen 20 und 39 Texte mit einem Gesamtumfang von etwa 20 000 Wörtern je Zeitung (SKOG-SÖDERSVED 1993, 26). Untersucht wurden vier Teilbereiche: (1) Satzbau, (2) Satzlänge, (3) Satzmodelle (Anzahl der Aktanten im Satz) und (4) syntaktische Funktion bestimmter Kategorien (Substantive, Verben, Adjektive, Adverbien und ähnliche Wörter, Fügewörter).

In LENK (2013) wurden die beiden erstgenannten Bereiche (also Satzbau und Satzlänge) von außenpolitischen Kommentaren bzw. Leitartikeln in regionalen Tageszeitungen aus Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz analysiert. Die betreffenden Teilkorpora hatten einen nur etwa halb so großen Umfang, was zumindest teilweise mit der geringeren Textlänge in diesem Pressetyp zusammenhängt.

Die Analysekategorien folgten in LENK (2013) jenen von SKOG-SÖDERSVED (1993), um die Ergebnisse miteinander vergleichen zu können. Auch in der hier präsentierten Untersuchung der syntaktischen Eigenschaften der Leitartikel und Kommentare in Boulevardzeitungen wird dieses Kategoriensystem zugrunde gelegt.

Im Folgenden sollen die Satzlänge und der Satzbau in Bezug auf den im Abschnitt 4 bereits beschriebenen Teil des Korpus genauer betrachtet werden. Die Satzlänge wird in grafischen Wörtern gemessen (siehe oben). Beim Satzbau wurden der funktionale Satztyp, die syntaktische Satzart, die Anzahl von Hauptsätzen sowie von Nebensätzen unterschiedlichen Grades, die Form und die Funktion der Nebensätze numerisch erfasst.

5.1 Satzlänge

Zunächst seien in den Abbildungen 4 bis 6 die Anzahlen der Sätze, die aus ein/zwei/drei/vier usw. Wörtern bestehen, in den untersuchten Kommentaren aller sieben hier einbezogenen Boulevardzeitungen dargestellt.

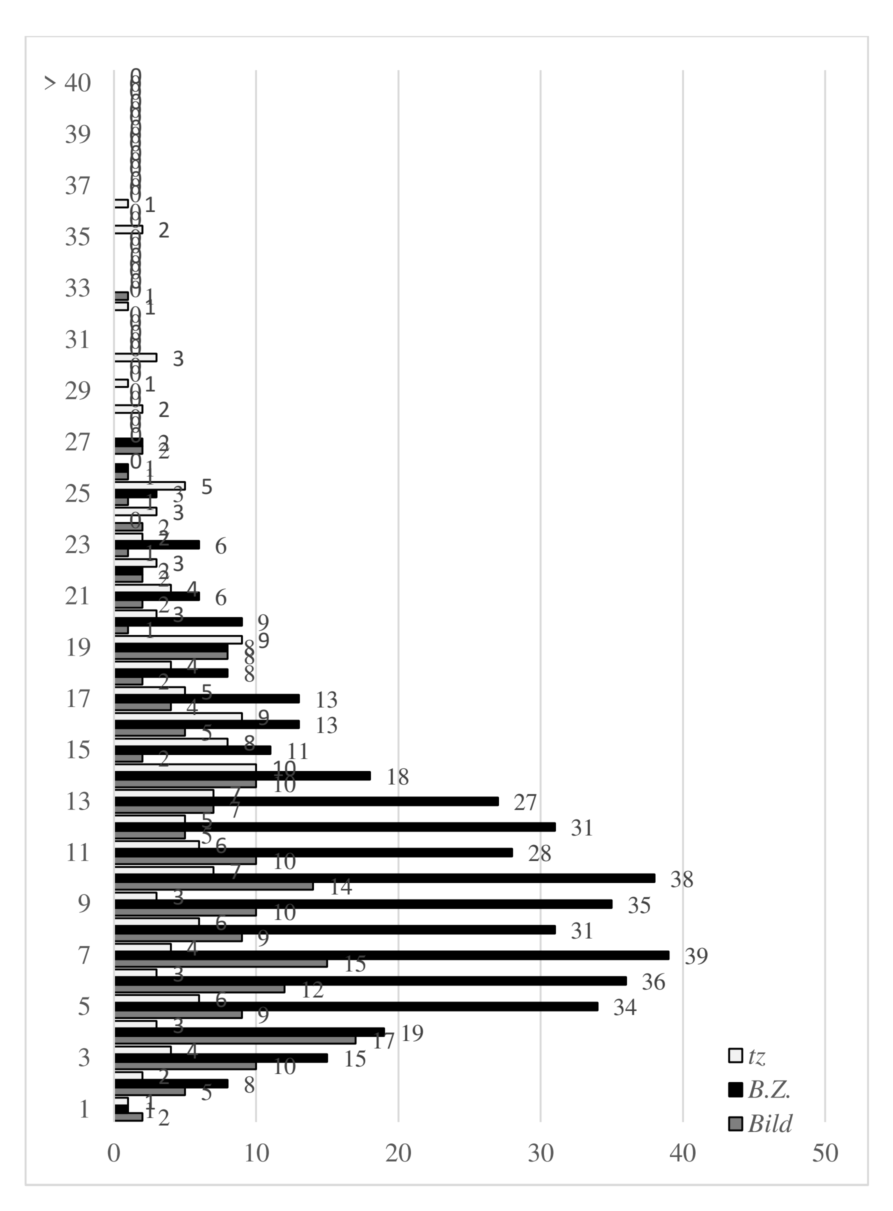


Abb. 4: Anzahl der Sätze, die ein bis 36 Wörter lang sind, in *Bild*, *B.Z.* und *tz*.

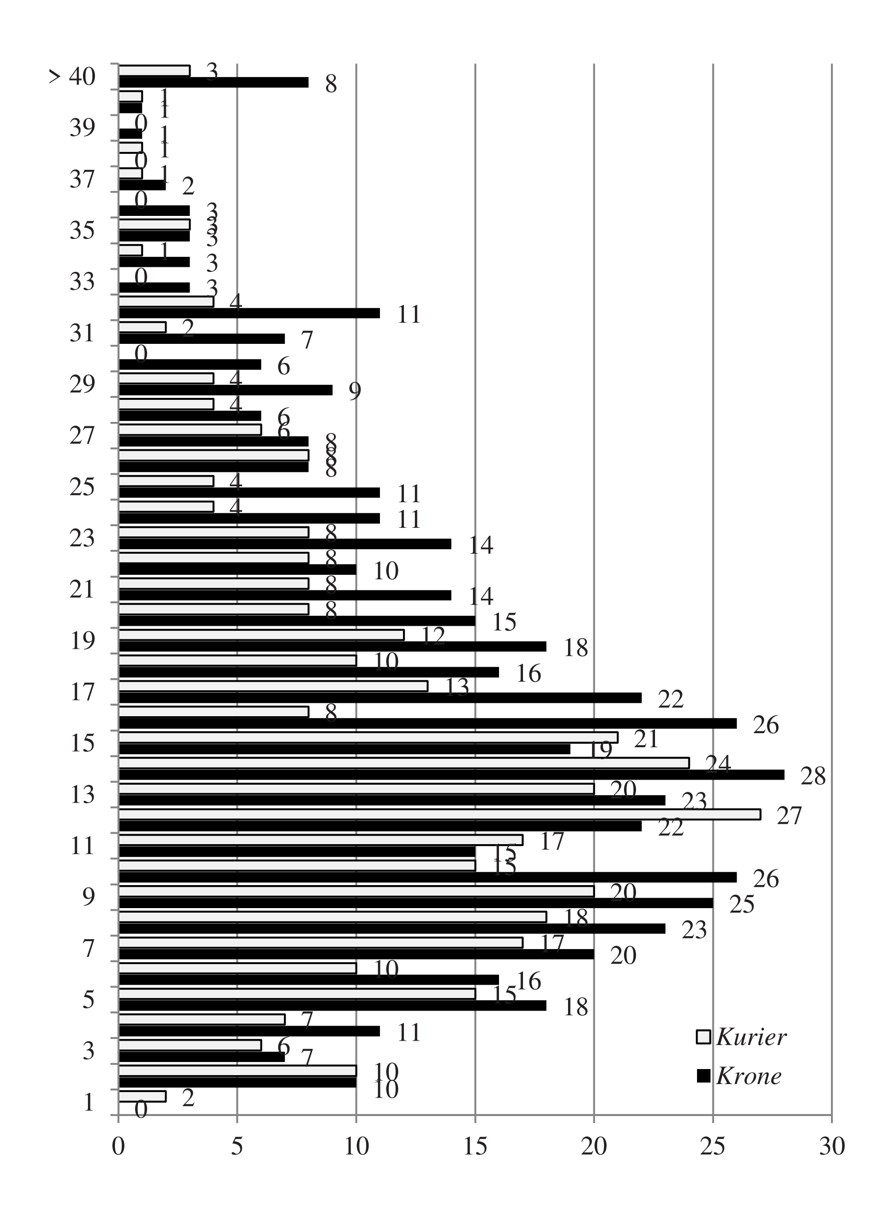


Abb. 5: Anzahl der Sätze, die 1–54 Wörter lang sind, in *Krone* und *Kurier*.

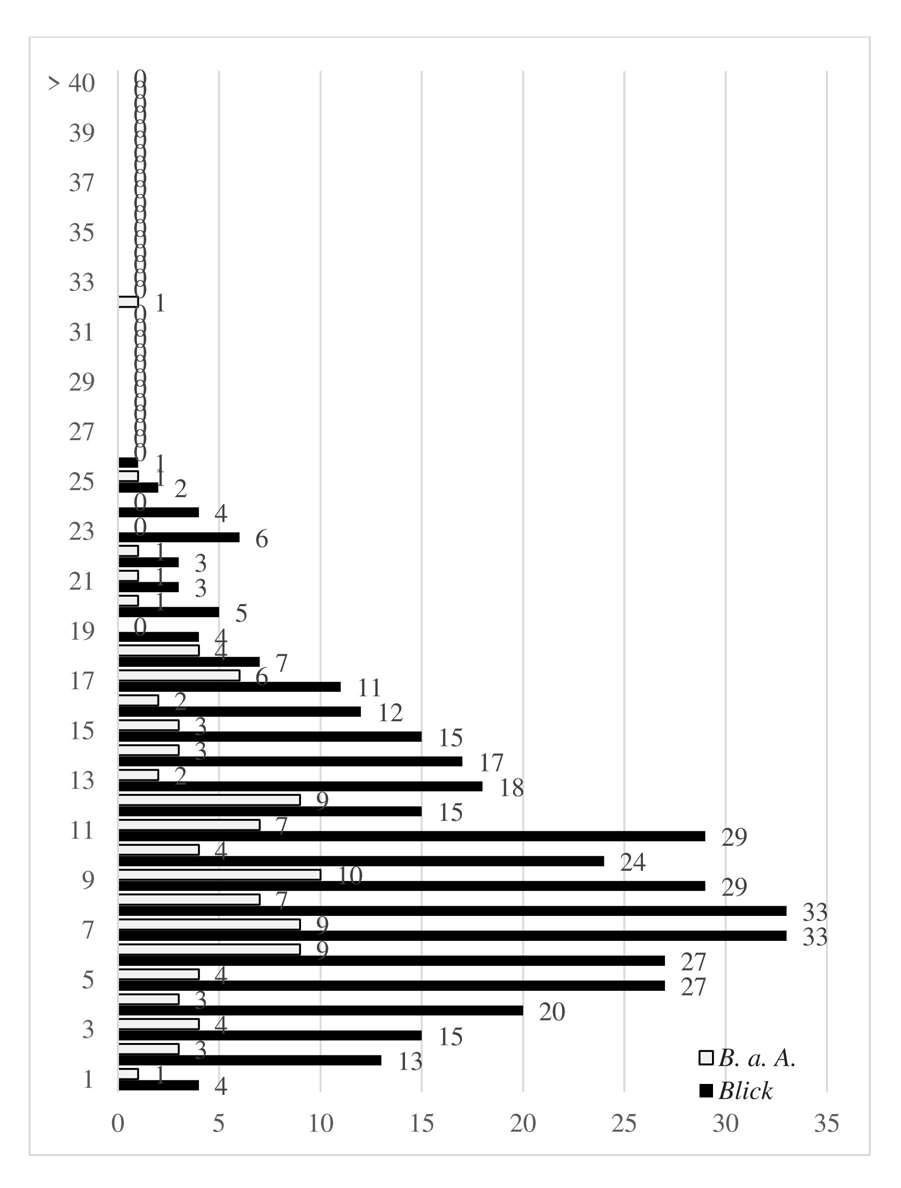


Abb. 6: Anzahl der Sätze, die ein bis 32 Wörter lang sind, in *Blick* und *Blick am Abend*.

Es fällt auf, dass Sätze mit mehr als 25 Wörtern in den Zeitungen *tz*, *Krone* und *Kurier* deutlich häufiger auftreten als in den Kommentaren der anderen vier Zeitungen (aus Deutschland und der Schweiz).

Die Datenfülle in den vorangehenden Abbildungen erschwert jedoch einen aussagekräftigen Vergleich. Es macht daher Sinn, die Länge der Sätze (wie in LENK 2013) in drei Gruppen einzuteilen. Dabei werden kurze Sätze (1−12 Wörter), mittellange Sätze (13−20 Wörter) und lange Sätze (mehr als 20 Wörter) unterschieden.

Zeitung	***Bild***	***B.Z.***	***tz***	***Krone***	***Kurier***	***Blick***	***B.a.A.***
Kurze Sätze (1–12 W.)	118	316	50	194	164	269	70
Mittlere Sätze (13–20)	39	106	55	151	108	89	21
Lange Sätze (> 20 W.)	12	20	27	155	78	19	4
Anzahl aller Sätze	169	442	132	500	350	377	95

Tab. 7: Absolute Anzahlen kurzer, mittellanger und langer Sätze.

Die Werte lassen vermuten, dass sich v. a. Kommentare in den beiden österreichischen Zeitungen durch eine vermehrte Anzahl von langen Sätzen auszeichnen. Um dies zu verdeutlichen, werden die Anzahlen der drei Satzlängen-Kategorien als Kreisdiagramme dargestellt.

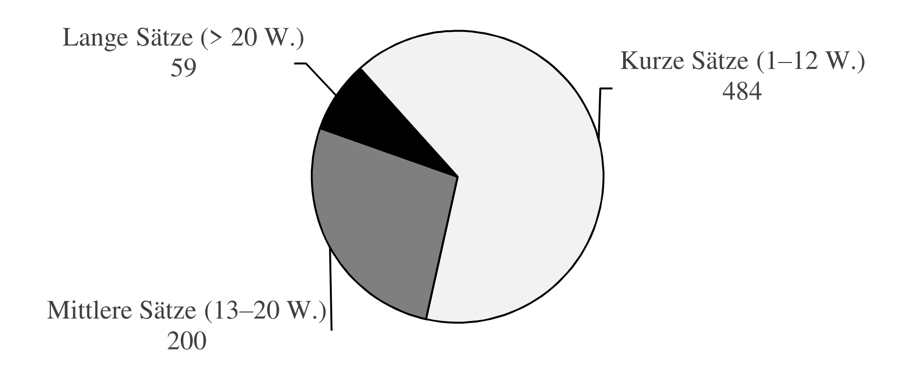


Abb. 7: Satzlängengruppen in den Kommentaren von *Bild*, *B.Z.* und *tz*.

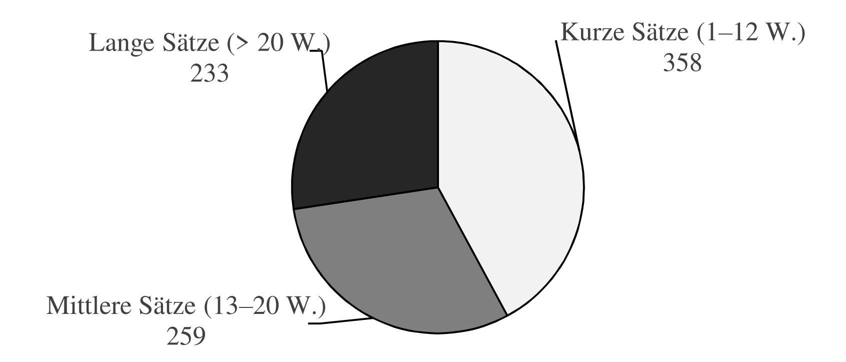


Abb. 8: Satzlängengruppen in den Kommentaren von *Krone* und *Kurier*.

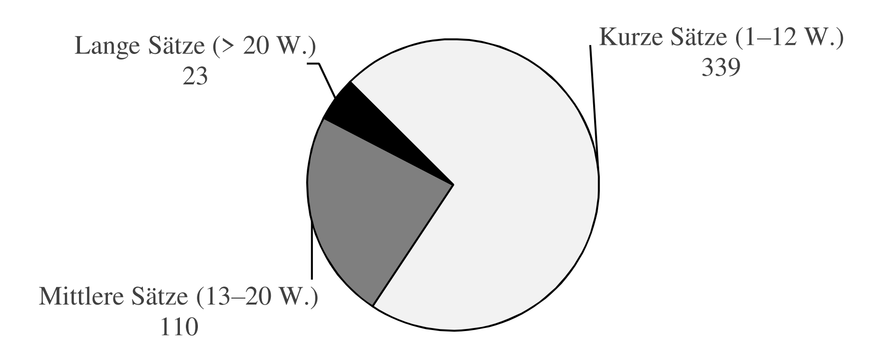


Abb. 9: Satzlängengruppen in den Kommentaren von *Blick* und *Blick am Abend.*

Die Abbildungen bestätigen die Vermutung: In den untersuchten Kommentaren der österreichischen Zeitungen werden lange Sätze sehr viel häufiger verwendet als in den betreffenden Texten aus den bundesdeutschen und Deutschschweizer Boulevardzeitungen, in denen wiederum der Anteil kurzer Sätze erheblich größer ist (während sich der Anteil mittellanger Sätze in den Kommentaren aus den Boulevardzeitungen der drei Länder nur geringfügig unterscheidet).

Um die Verhältnisse noch etwas genauer unter die Lupe zu nehmen, gibt Tabelle 8 eine Übersicht über die Länge der kürzesten und der längsten Sätze sowie die entsprechenden Mittelwerte (arithmetischer Durchschnitt, Modalwert und Median) in den sieben untersuchten Zeitungen.

Zeitung	***Bild***	***B.Z.***	***tz***	***Krone***	***Kurier***	***Blick***	***B.a.A.***
Kürzester Satz	1	1	1	2	1	1	1
Längster Satz	33	27	37	54	46	27	32
Arithm. Mittel	10,2	10,2	14,9	16,3	14,4	10,0	10,3
Median	9	9	14	16	13	9	9
Modalwert	4	7	14	14	12	7&8	9

Tab. 8: Kürzeste, längste Sätze und Mittelwerte der Satzlängen in den untersuchten Kommentaren aus den sieben Boulevardzeitungen.

Ein-Wort-Sätze werden in den untersuchten Kommentaren aus sechs der sieben Zeitungen verwendet (außer in der *Krone*, wo ein Zwei-Wort-Satz der kürzeste ist). Auch in Kommentaren der Regionalpresse (LENK 2013, 36) und den Leitartikeln einiger überregionaler Zeitungen (SKOG-SÖDERSVED 1993, 266) kamen solche Ein-Wort-Sätze vor. Auffällig sind jedoch die Maximallängen der Sätze. Sie fallen bei den Kommentaren der beiden untersuchten österreichischen Boulevardzeitungen deutlich größer aus als in den anderen fünf Zeitungen und entsprechen ungefähr den Werten, die in LENK (2013, 36) für die Kommentare der Regionalpresse ermittelt wurden. Demgegenüber waren die längsten Sätze in der überregionale Presse nach SKOG-SÖDERSVED (1992, 266) noch einmal erheblich länger (sie enthielten zwischen 82 Wörtern in der *Presse* aus Wien und 184 Wörtern im *Neuen Deutschland* aus dem damaligen Ost-Berlin). Wie sich schon bei der Textlänge zeigte, scheint sich bei *Krone* und *Kurier* die Pressetypspezifik bei den Kommentaren weniger stark auszuprägen als bei den anderen untersuchten Boulevardzeitungen.

Wenn man sich hingegen die Mittelwerte anschaut, bilden *Krone* und *Kurier* aus Wien und *tz* aus München eine Gruppe, die sich von *Bild* und *B.Z.* aus Berlin sowie *Blick* und *Blick am Abend* aus Zürich deutlich un-

terscheidet. Ist es Zufall, dass die erstgenannten drei Blätter aus dem gleichen (großräumigen) Dialektgebiet, dem Bairischen, stammen? Um diese Frage wirklich zu klären, müssten Untersuchungen an einem umfangreicheren Korpus durchgeführt werden. Allerdings kam auch GIESSEN (2017) zu dem Ergebnis, dass Leitartikel in der österreichischen Abonnementpresse eine größere durchschnittliche Satzlänge aufweisen.

Aber selbst trotz dieser Besonderheit der drei Zeitungen, deren Durchschnittswerte bei der Satzlänge in den Kommentaren immer noch knapp unter den Werten für die Regionalpresse bleiben (vgl. LENK 2013, 36), lässt sich festhalten, dass für Kommentare in Boulevardtageszeitungen generell eine geringe Satzlänge typisch ist.

5.2 Satzbau

5.2.1 Funktionaler Satztyp

In Bezug auf die Häufigkeit von Aussage-, Frage-, Exklamativ- oder Wunsch- sowie Imperativ-/Aufforderungssätzen gibt es zwischen den einzelnen Zeitungen keine gewichtigen Unterschiede. Der Anteil der Aussagesätze beläuft sich in der Gesamtheit der untersuchten Kommentare in allen Teilkorpora auf Werte zwischen 92 % und 96 %. Fragesätze sind zu dreieinhalb bis knapp sieben Prozent vertreten, andere Satztypen machen einen Anteil von einem bis drei Prozent aus. In einzelnen Texten können sich die Verhältnisse etwas verschieben, wenn die Autoren rhetorische Fragen oder Exklamativsätze bevorzugt als stilistische Mittel nutzen. Aber generell sind Aussagesätze der dominierende Satztyp in Kommentaren auch der Boulevardzeitungen.

5.2.2 Syntaktische Satzarten

Im Hinblick auf die Struktur von Gesamtsätzen (bei ihr als Satzfügung bezeichnet) unterscheidet SKOG-SÖDERSVED (1993) vier Kategorien, die aus Gründen der Vergleichbarkeit der Ergebnisse auch in LENK (2013) zu Grunde gelegt wurden: a) einfache Sätze (Hauptsatz oder allein stehende Nebensätze), b) Reihungen (in der traditionellen Grammatikschrei-

schreibung auch als Satzverbindung bekannt, also Gesamtsätze mit mindestens zwei Hauptsätzen), c) Satzgefüge (als subordinative Einbindung von Nebensätzen) und d) unvollständige Sätze (ohne finites Verb, auch Ein-Wort-Sätze u. dgl.).

Aus Raumgründen werden die Verteilungen dieser Kategorien im Folgenden zusammengefasst in den Teilkorpora aus den drei Ländern präsentiert (siehe Abbildung 10 bis 12).

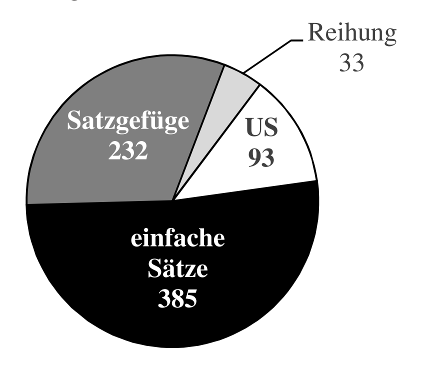


Abb. 10: Syntaktische Satzarten in *Bild*, *B.Z.* und *tz*.

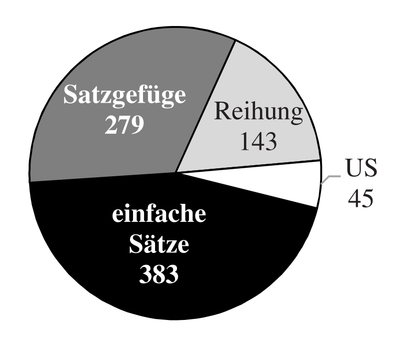


Abb. 11: Syntaktische Satzarten in *Krone* und *Kurier* (Wien).

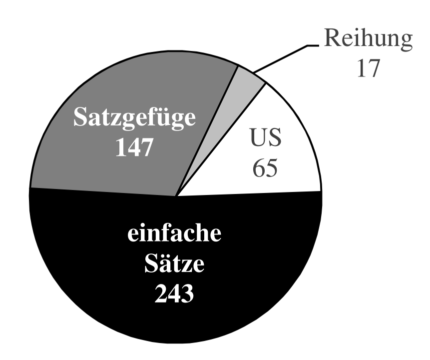


Abb. 12: Syntaktische Satzarten in *Blick* und *Blick am Abend*.

Während der Anteil der Satzgefüge sich in allen drei Teilkorpora auf etwas weniger als ein Drittel beläuft, zeigen sich Differenzen im stärkeren Vorkommen von Reihungen in den Kommentaren der österreichischen Boulevardzeitungen und von unvollständigen Sätzen im Deutschschweizer Korpus (jeweils zuungunsten der Anteile von einfachen Sätzen). Dennoch ist der hohe Anteil von einfachen Sätzen als ein typisches Merkmal von Kommentaren in den Straßenverkaufszeitungen zu betrachten. Ihr Anteil liegt, bei allen Differenzen zwischen den untersuchten Zeitungen bzw. Teilkorpora, deutlich über den Werten für die Regional- und die überregionale Presse (siehe LENK 2013, 33), in deren Kommentaren die Satzgefüge knapp die Hälfte (regionale Tageszeitungen) bzw. fast zwei Drittel (überregionale Presse) ausmachten.

5.2.3 Nebensätze

In Bezug auf das Vorkommen von Nebensätzen ist nicht nur deren Anzahl (im Vergleich zu Hauptsätzen), sondern auch der Grad der Abhängigkeit und die Form des Nebensatzes interessant. Denn die Satztiefe ist ein wichtiges Indiz für die Kompliziertheit des Satzbaus, und eingeleitete Nebensätze sind i. d. R. leichter als solche erkennbar als uneingeleitete, welche das schnelle Verstehen erschweren können.

Die Abbildungen 13 bis 15 zeigen die Anteile von Haupt- und von Nebensätzen verschiedenen Grades in den drei Teilkorpora. Die Gesamtsummen übersteigen die Werte in der Tabelle 7, in der ja nur die Anzahlen der Gesamtsätze (und nicht der Teilsätze) aufgeführt sind.

Ähnlich wie bei der Satzlänge tritt zutage, dass die untersuchten Kommentare aus den beiden österreichischen Boulevardzeitungen von den Texten aus den fünf anderen Blättern etwas abweichen. Dies betrifft einen geringeren Anteil der Hauptsätze und einen etwas höheren Anteil von Nebensätzen zweiten und dritten Grades. Insgesamt bleibt die Satztiefe jedoch gering. In nur einem Kommentar aus dem *Blick* gibt es einen Nebensatz 4. Grades, Nebensätze 3. Grades sind eine Seltenheit, und der Anteil der Nebensätze 2. Grades bleibt in der Gesamtheit der Texte aller untersuchten Zeitungen durchweg unter 3,2 % aller Teilsätze. Der Anteil der Hauptsätze beträgt zwischen 67 % und 70 %.

In den Kommentaren der Regionalpresse (LENK 2013, 34) machten Nebensätze 2. Grades zwischen 13,9 % und 15,3 % aller Nebensätze aus. Umgerechnet auf den Anteil an allen Teilsätzen entspricht dies Werten zwischen 4,3 % (Deutschschweizer Regionalpresse), 5,1 % (bundesdeutsche Regionalzeitungen) und 5,4 % (österreichische Blätter). In den Kommentaren der Regionalpresse werden also deutlich mehr Nebensätze zweiten Grades verwendet als in den Kommentaren der Boulevardzeitungen.

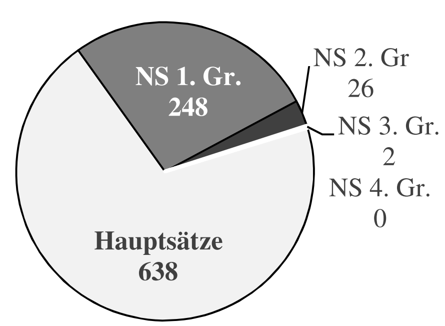


Abb. 13: Haupt- und Nebensätze in *Bild*, *B.Z.* und *tz*.

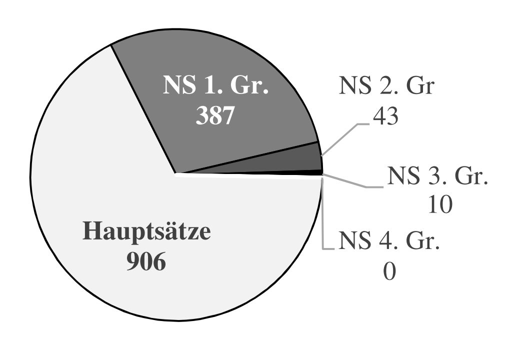


Abb. 14: Haupt- und Nebensätze in *Krone* und *Kurier* (Wien).

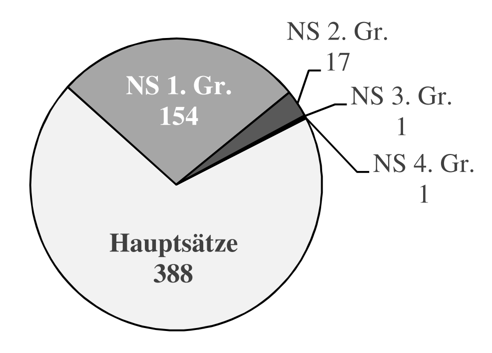


Abb. 15: Haupt- und Nebensätze in *Blick* und *Blick am Abend*.

Abschließend sei noch ein Blick auf die Form der Nebensätze geworfen. In den Kommentartexten aller drei Teilkorpora nehmen Konjunktionalsätze den größten Anteil unter den Nebensätzen ein, gefolgt von Relativsätzen. In den beiden Deutschschweizer Tageszeitungen ist der Abstand zwischen diesen beiden Kategorien allerdings deutlich geringer als bei den Texten aus den bundesdeutschen und österreichischen Boule-

vardblättern. Zu etwa vergleichbaren, aber erheblich geringeren Anteilen folgen der erweiterte Infinitiv mit *zu* und indirekte Fragesätze. Die (beim schnellen Lesen schwerer zu identifizierenden) nicht eingeleiteten Nebensätze kommen nur marginal vor, Partizipialkonstruktionen sind als Nebensätze selten oder werden ganz vermieden.

	Deutschland	Österreich	Deutsch-schweiz
Konjunktionalsätze	41,8	41,5	34,1
Relativsätze	25,3	23,5	31,3
indirekte Fragesätze	15,1	15,8	12,3
uneingeleitete Nebensätze	3,9	4,5	3,9
erweiterter Infinitiv mit *zu*	14,0	13,8	17,9
Partizipialkonstruktionen	0,0	0,9	0,6

Tab. 9: Form der Nebensätze in den Kommentaren der drei Teilkorpora in Prozent.

Diese Prozentwerte unterscheiden sich nicht wesentlich von jenen, die in LENK (2013, 34) für Kommentare aus Regionalzeitungen der drei deutschsprachigen Länder ermittelt wurden.

Was die Satzgliedfunktion betrifft, so kommen in den untersuchten Kommentaren aus bundesdeutschen (29 %) und österreichischen Boulevardzeitungen (32 %) Attributsätze am häufigsten vor, im Deutschschweizer Teilkorpus sind es die Adverbialsätze (38 %). Letztere stehen in den analysierten deutschen und österreichischen Kommentaren mit 29 % bzw. 28 % an zweiter Stelle, jeweils gefolgt von Objekt- (21 % bis 22 %) und von Subjekt-/Prädikativsätzen (zwischen 14 % und 19 %). Weiterführende Nebensätze sind mit Werten unter 5 % selten. Auch diese Verteilung offenbart keine bemerkenswerten Unterschiede zu den Verhältnissen in Kommentaren der überregionalen und regionalen Zeitungen.

6. Zusammenfassung

Ausgangspunkt dieser Untersuchung war die Frage, inwiefern Kommentare in Boulevardzeitungen aufgrund der Besonderheiten dieses Pressetyps als eine spezielle Textsortenvariante zu charakterisieren sind. Der Schwerpunkt lag dabei auf den Merkmalen Ressortzugehörigkeit/Themenwahl, Textlänge und den syntaktischen Eigenschaften der Texte.

Die Untersuchung wurde an insgesamt elf deutschsprachigen Boulevardzeitungen (d. h. Straßenverkaufs- und Gratis-Tageszeitungen) aus Deutschland, Österreich und der Deutschschweiz durchgeführt, die Teil des *Helsinkier Kommentarkorpus* sind. Sie stammen aus der Zeit vom 11. bis 24. März 2013. Die syntaktische Analyse wurde auf die Kommentartexte aus sieben Zeitungen beschränkt: drei bundesdeutsche, zwei österreichische und zwei schweizerische.

Im Hinblick auf die Ressortzugehörigkeit ist der hohe Anteil von Sportkommentaren offensichtlich ein charakteristisches Merkmal von Kommentaren in diesem Pressetyp. Allerdings waren die Differenzen zwischen den einzelnen Zeitungstypen bei der Themenverteilung der Kommentare erheblich. Das lässt darauf schließen, dass in Bezug auf diesen Aspekt die jeweilige Redaktionskultur von größerem Einfluss ist als nationale Kommunikationskulturen.

Das gilt teilweise auch für das Kriterium der Textlänge, wobei die Kommentare aus den beiden österreichischen Zeitungen die anderen Blätter im Hinblick auf die durchschnittliche Wortanzahl deutlich übertrafen. Im Vergleich mit Kommentaren in anderen Zeitungstypen lässt sich aber festhalten, dass Kommentare in Boulevardzeitungen typischerweise wesentlich kürzer sind.

Auch in Bezug auf die Satzlänge ist Kürze ein typisches Merkmal von Kommentartexten in der Boulevardpresse. Hier sind es drei Zeitungen, die in Bezug auf dieses Kriterium eine weniger starke Ausprägung der Pressetypspezifik andeuten: Die Kommentare in der *Kronenzeitung*, dem *Kurier* aus Wien und der *tz* aus München wiesen klar höhere Durchschnittswerte bei der Satzlänge auf als die Texte in den anderen vier Zeitungen (aus Deutschland und der Deutschschweiz).

Die Analyse des Satzbaus ergab, dass in Kommentaren der Boulevardzeitungen der Anteil von einfachen Sätzen wesentlich höher ausfällt als in Kommentaren der Regionalpresse und der überregionalen Tageszeitungen. Dort ist der Anteil der Satzgefüge wesentlich höher als in den untersuchten Texten der Boulevardzeitungen. Außerdem kommen hier wesentlich weniger Nebensätze 2. Grades vor. Auch im Hinblick auf dieses Kriterium ergeben sich bei den Kommentaren aus den beiden österreichischen Zeitungen jedoch Werte, die von den anderen fünf Zeitungen abweichen.

Eine Untersuchung an einem größeren Korpus und eventuell auch unter Einbeziehung anderer Textsorten wäre sinnvoll, um eine Überprüfung der durch die oben erwähnten Befunde nahe gelegten Vermutung vorzunehmen, dass Text- und Satzlänge in österreichischen Zeitungen generell größer ausfallen als in bundesdeutschen und Schweizer Blättern und auch die Struktur der Sätze komplizierter ist als in den anderen deutschsprachigen Ländern.

Generell kann man aufgrund der festgestellten textuellen und syntaktischen Merkmale der Kommentare in Boulevardzeitungen der deutschsprachigen Länder mit Recht von einer speziellen, medienspezifischen Textsortenvariante des Kommentars in diesem Pressetyp sprechen.

Literatur

Antos, Gerd (1982): Grundlagen einer Theorie des Formulierens. Textherstellung in geschriebener und gesprochener Sprache. Berlin. (Reihe Germanistische Linguistik. 39).

Drewnowska-Vargáné, Ewa (2005): Argumentative Topoi in Pressekommentaren – ein interlingualer und interkultureller Vergleich. In: Hammer, Francoise/Lüger, Heinz-Helmut (Hrsg.): Entwicklungen und Innovationen in der Regionalpresse. Landau. (Landauer Schriften zur Kommunikations- und Kulturwissenschaft. 7), 107–127.

Drewnowska-Vargáné, Ewa (2015): Pressediskurse im Kontrast. Paralleltextanalysen zum Deutschen, Polnischen und Ungarischen. Landau. (Landauer Schriften zur Kommunikations- und Kulturwissenschaft. 22).

Drewnowska-Vargáné, Ewa (2017): Argumentative Topoi in ungarischen Kommentaren zur Zypern-Krise. Eine kommunikationskulturkontrastive Diskursanalyse. In: Giessen, Hans W./Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 115–141.

Eroms, Hans-Werner (2008): Stil und Stilistik. Eine Einführung. Berlin. (Grundlagen der Germanistik. 25).

Giessen, Hans W. (2016): Nur noch Kommentare? Zum Verschwinden eines Genres − am Beispiel der *Süddeutschen Zeitung*. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 149−168.

Giessen, Hans W. (2017): Quantitative Methoden in der vergleichenden medienlinguistischen Analyse von Kommentartexten. Dargestellt anhand der deutschen und österreichischen Leitartikel zur Papstwahl 2013 im *Helsinkier Kommentarkorpus*. In: Giessen, Hans W./Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 77–90.

Giessen, Hans W./Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.): Persuasionsstile in Europa III: Linguistische Methoden zur vergleichenden Analyse von Kommentartexten in Tageszeitungen europäischer Länder. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 232–233).

Hauser, Stefan/Luginbühl, Martin (2010): Anmerkungen zur kontrastiven Medienlanalyse aus linguistischer Perspektive. In: Luginbühl, Martin/Hauser, Stefan (Hrsg.), 7–16.

Hoffmann, Michael (2017): Stil und Text. Eine Einführung. Tübingen.

Hyvärinen, Irma (2011): Zur Abgrenzung und Typologie pragmatischer Phraseologismen – Forschungsüberblick und offene Fragen. In: Hyvärinen, Irma/Liimatainen, Annikki (Hrsg.): Beiträge zur pragmatischen Phraseologie. Frankfurt a. M. (Finnische Beiträge zur Germanistik. 25), 9–43.

Krieg-Holz, Ulrike/Bülow, Lars (2016): Linguistische Stil- und Textanalyse. Eine Einführung. Tübingen.

Lenk, Hartmut E. H. (2004): Die Textsorte ‘Pressekommentar’ in Boulevardzeitungen der deutschsprachigen Länder. In: Jäntti, Ahti/Nurminen, Jarkko (Hrsg.): Thema mit Variationen. Dokumentation des VI. Nordischen Germanistentreffens in Jyväskylä vom 4.–9. Juni 2002. Frankfurt a. M. (Finnische Beiträge zur Germanistik. 12), 241–256.

Lenk, Hartmut E. H. (2011): Sprachhandeln im Zeitungskommentar. Die Illokutionsstrukturanalyse (ISA) als Textbeschreibungsmodell. In: Wåghäll Nivre, Elisabeth/Kaute, Brigitte/Andersson, Bo/Landén, Barbro/Stoeva-Holm, Dessislava (Hrsg.): Begegnungen. Das VIII. Nordisch-Baltische Germanistentreffen in Sigtuna vom 11. bis zum 13.6.2009. Stockholm. (Acta Universitatis Stockholmiensis – Stockholmer Germanistische Forschungen. 74), 165–181. Online unter http://su.diva-portal.org/smash/get/diva2:439987/FULLTEXT02 (Letzter Zugriff 21.03.2019).

Lenk, Hartmut E. H. (2012): Von der Illokutionsstruktur zum Handlungsweg. Methodologische Überlegungen zur Analyse der Handlungsstruktur von Zeitungskommentaren. In: Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.): Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 218–219), 115–158.

Lenk, Hartmut E. H. (2013): Zur Syntax des außenpolitischen Leitartikels/Kommentars in Regionalzeitungen. In: Enell-Nilsson, Mona/Faber, Benedikt/Nikula, Henrik (Hrsg.): Mit Wörtern bewegen. Festschrift für Mariann Skog-Södersved zum 60. Geburtstag. Vaasa. (Acta Wasaensia. 278 – Sprachwissenschaft. 45), 27–40.

Lenk, Hartmut E. H. (2014): Kommunikative Routineformeln in Zeitungskommentaren. In: Kolehmainen, Leena/Lenk, Hartmut E. H./Tiittula, Liisa (Hrsg.): Kommunikative Routinen. Formen, Formeln, Forschungsbereiche. Festschrift für Irma Hyvärinen zum 65. Geburtstag. Frankfurt a. M. u. a., 77–98.

Lenk, Hartmut E. H. (2016a): Das Gewicht der Textsorte Kommentar in verschiedenen Typen bundesdeutscher Tageszeitungen. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 127–147.

Lenk, Hartmut E. H. (2016b): Kommentare in Deutschschweizer Tageszeitungen: Forschungssituation, Frequenz, formale Gestalt und Vernetzung. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 261–298.

Lenk, Hartmut E. H. (2016c): Die differenzierte Präsenz des Kommentars in der österreichischen Tagespresse. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 299–336.

Lenk, Hartmut E. H. (2017): Das Helsinkier Kommentarkorpus: Grundlage und Teilergebnis des Projekts Persuasionsstile in Europa. In: Tarvas, Mari/Marten, Heiko F./Johanning-Radžienė, Antje (Hrsg.): Triangulum. Germanistisches Jahrbuch für Estland, Lettland und Litauen. 21. Folge: Beiträge des 10. Nordisch-Baltischen Germanistentreffens (Tallinn, 10.–13. Juni 2015). Bonn, 83–92.

Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (2012): Der Kommentar als persuasiver Text. Vergleichende Untersuchungen zu einer meinungsbetonten Textsorte in europäischen Massenkommunikationsmedien. In: Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.): Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar. (Germanistische Linguistik. 218–219). Hildesheim u. a., 7–32.

Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.) (2016): Persuasionsstile in Europa II. Kommentartexte in den Medienlandschaften europäischer Länder. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 229–231).

Lüger, Heinz-Helmut (2007): Pragmatische Phraseme: Routineformeln. In: Burger, Harald/Dobrovol'skij, Dmitrij/Kühn, Peter/Norrick, Neal R. (Hrsg.):

Phraseologie. Ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung. Berlin/New York. (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. 28), 444–459.

Lüger, Heinz-Helmut (2016): Kommentare in der französischen Tagespresse – abwägend und weniger persuasiv? In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 229–260.

Luginbühl, Martin (2010): Sind Textsorten national geprägt? Nachrichtensendungen im Vergleich. In: Luginbühl, Martin/Hauser, Stefan (Hrsg.), 179–207.

Luginbühl, Martin (2012): What defines news culture? Insights from multifactoral parallel text analysis. In: Hauser, Stefan/Luginbühl, Martin (Hrsg.): Contrastive Media Analysis. Amsterdam/Phildelphia. (Pragmatics & Beyond New Series. 226), 201–218.

Luginbühl, Martin (2014): Medienkultur und Medienlinguistik. Komparative Textsortengeschichte(n) der amerikanischen „CBS Evening News" und der Schweizer „Tagesschau". Bern u. a. (Sprache in Kommunikation und Medien. 4).

Luginbühl, Martin/Hauser, Stefan (Hrsg.) (2010): MedienTextKultur. Linguistische Beiträge zur kontrastiven Medienanalyse. Landau. (Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung. Sonderheft 16).

Sandig, Barbara (2006): Textstilistik des Deutschen. 2., völlig neu bearb. und erw. Aufl. Berlin/New York.

Schäfer, Patrick (2006): Textgestaltung zwischen Nähe und Distanz. Zum Sprachgebrauch der deutschen und französischen Regionalpresse. Landau. (Landauer Schriften zur Kommunikations- und Kulturwissenschaft. 12).

Schalkowski, Edmund (2011): Kommentar, Glosse, Kritik. Konstanz. (Praktischer Journalismus. 85).

Schalkowski, Edmund (2016): Gibt es eine Boulevardisierung des Kommentars in deutschen Regionalzeitungen? In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 169−175.

Schalkowski, Edmund (2017): Normative Analyse von Zeitungs-Kommentaren. In: Giessen, Hans W./Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 13−23.

Schowalter, Christine (2008): Argumentationsstrukturen isotopischer Bildfelder. In: Lüger, Heinz-Helmut/Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.): Kontrastive Medienlinguistik. Landau. (Landauer Schriften zur Kommunikations- und Kulturwissenschaft. 15), 337−355.

Skog-Södersved, Mariann (1993): Wortschatz und Syntax des außenpolitischen Leitartikels. Quantitative Analysen der Tageszeitungen „Neues Deutschland", „Neue Zürcher Zeitung", „Die Presse" und „Süddeutsche Zeitung". Frankfurt a. M. u. a. (Nordeuropäische Beiträge aus den Human- und Gesellschaftswissenschaften. 3).

Wiesinger, Andreas (2015): Boulevardzeitungen im crossmedialen Vergleich. Inhalte und Gestaltung des populären Journalismus. Innsbruck. (Innsbrucker Beiträge zur Kulturwissenschaft. 83).

Zielińska, Kinga (2016): Zur sprachlichen Inszenierung von kollektiver Zugehörigkeit in der BILD-Zeitung. In: Kaczmarek, Dorota (Hrsg.): Politik – Medien – Sprache. Deutsche und polnische Realien aus linguistischer Sicht. Łódź, 169–183. Online unter http://dx.doi.org/10.18778/7969-840-0.12 (Letzter Zugriff am 15.08.2016).

Manuel Ackermann

Illokutionstypen in Sportkommentaren aus Tageszeitungen der deutschsprachigen Länder

Abstract

This investigation is a contrastive analysis of sports commentaries in daily up-market and tabloid newspapers in Germany, Austria, and Switzerland. The illocutionary types of the utterances in 24 sports commentaries of the *Helsinki Commentary Corpus* are defined and quantitatively compared. The categorisation of illocutionary types is modified from earlier research. The number of informational speech acts turns out to be surprisingly high, which was not expected in commentaries. A further finding is that the sports commentaries in the Swiss newspapers contain many more evaluative speech acts than those from the other two countries. The sports commentaries in tabloid newspapers from all three countries contain a higher number of assertions compared to the quality papers.

1. Einleitung

Was tun wir, wenn wir etwas sagen? Was tun wir, indem wir etwas sagen? Diese Fragen stehen bei der Sprechakttheorie im Mittelpunkt. Deren Ziel ist es, zu analysieren, was eigentlich genau getan wird, wenn eine Sprachhandlung vollzogen wird. Fast jeder stellt sich hin und wieder beim Lesen eines Textes die Frage: „Was will der Autor damit sagen?" Massenmedien haben die Macht, Ansichten und Meinungen in einer Gesellschaft beeinflussen zu können. Informationsbetonte Texte überlassen die Meinungsbildung meist dem Leser, während Kommentare und Leit-

artikel oft klar Stellung beziehen und die Meinung des Autors deutlich erkennen lassen. Autoren von eben diesen meinungsbetonten Texten haben in der Regel auch die Absicht, dem Leser eine bestimmte Meinung oder Ansicht zu vermitteln und diesen davon zu überzeugen – böse Zungen könnten auch sagen, den Leser zu manipulieren. Sowohl der Text als Ganzes, aber auch die einzelnen Sprachhandlungen haben bestimmte Absichten und dienen einem bestimmten Zweck. Die Rollen einzelner Sprachhandlungen werden als Illokutionen bezeichnet, welche Hauptuntersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit sind.

In der Analyse von Illokutionen und Illokutionsstrukturen geht es u. a. darum, zu untersuchen, ob innerhalb einer Textsorte und eines Mediums gewisse Muster von verwendeten Illokutionen und ihrer Anordnung festzustellen sind. Durch eine genauere Analyse des Textes lässt sich auch eine Antwort auf die Frage finden, was die Meinung des Autors ist und wie er versucht, den Leser davon zu überzeugen. Das Prinzip der Illokutionsanalyse geht auf die Sprechakttheorie zurück, welche zunächst in den 1950er und 1960er Jahren allen voran von AUSTIN (Original 1962, 2. deutsche Fassung von 1979 hier verwendet) und später von SEARLE (Original 1976, auf Deutsch veröffentlicht 1979) entwickelt wurde.

Im vorliegenden Artikel werden die verwendeten Typen von Illokutionen in einer Reihe von Sportkommentaren deutschsprachiger Tageszeitungen untersucht. Dabei werden in Sportkommentaren aus Boulevard- und Abonnementszeitungen aus Deutschland, der Schweiz und Österreich sämtliche Äußerungen Illokutionstypen zugeordnet und die Ergebnisse anschließend miteinander verglichen.

Aus persönlichen Interessen und auch aufgrund der beruflichen Erfahrung im Bereich des Sportjournalismus beschränkt sich diese Untersuchung auf Kommentare zum Thema Sport. In der Wissenschaft sind trotz der allgemeinen Beliebtheit des Sportteils bisher nur wenig spezifische Untersuchungen zu Sportkommentaren gemacht worden, erst recht nicht, wenn es darum geht, die verwendeten Illokutionstypen eines Sportkommentars näher zu betrachten. Da Sport ein sehr breit ausgelegter Themenbereich ist, beschränkt sich diese Untersuchung auf Kommentartexte zu den Themen Fußball, Ski Alpin und Formel 1, was später

genauer erläutert wird, vor allem jedoch den vorhandenen Textthemen der Kommentare im *Helsinkier Kommentarkorpus* geschuldet ist.

2. Theoretischer Hintergrund

Die vorliegende Untersuchung ist eng mit dem Projekt „Persuasionsstile in Europa" verbunden und verwendet die in diesem Zusammenhang festgelegten Definitionen für die Textsorte Kommentar (LENK/VESALAINEN 2012)[1]. Textuelle Besonderheiten der Sportkommentare lassen sich nicht eindeutig festmachen. SORVALI (2004, 85–90) stellte in ihrer Untersuchung zur Makrostruktur und sprachlichen Bildlichkeit in deutschen und finnischen Sportberichten fest, dass sich der Sportteil diesbezüglich nicht wesentlich von den anderen Teilen einer Tageszeitung unterscheidet. Auch Sportberichte folgen ihr zufolge den allgemeinen Tendenzen der Sprache in Tageszeitungen.

2.1 Die Sprechakttheorie

Die zwei bereits eingangs aufgeführten wichtigsten Fragen der Sprechakttheorie sind laut HINDELANG (2010, 5): „Was tun wir, wenn wir sprechen" und „Was tun wir, indem wir sprechen". Dies lässt sich selbstverständlich auch auf geschriebene Sprache übertragen. Aus diesem Grund wird der Begriff Sprachhandlung verwendet, der sowohl für mündliche als auch schriftliche sprachliche Handlungen passend erscheint.

Austin und Searle teilten Sprachhandlungen in verschiedene Akte auf. Beide führen den illokutionären Akt auf, der beschreibt, was passiert (resp. was die Absicht des Autors ist), wenn eine Sprachhandlung vollzogen wird. Nahezu alle illokutionären Akte haben darüber hinaus auch das Ziel, einen bestimmten perlokutionären Effekt auszulösen, doch es kommt durchaus vor, dass tatsächlich andere oder zusätzliche perlokutionäre Effekte ausgelöst werden (HINDELANG 2010, 11–12).

1 Genauere Ausführungen zu den verschiedenen Definitionen und Typen der Textsorte Kommentare sind in meiner Masterarbeit zu finden (ACKERMANN 2018).

2.2 Was ist eine Illokution?

Um Typen von Illokutionen analysieren zu können, lohnt es sich, den Begriff der Illokution genau zu definieren. Dazu verwendet u. a. LENK (1987, 130) die folgende Darstellungsform: F(E(p)).

In dieser Formel bezeichnet F die illokutive Funktion einer Äußerung, welche auch das Ziel einer Sprachhandlung genannt werden kann. E steht für die Einstellungen gegenüber p, das den propositionalen Gehalt, also die Widerspiegelung eines Sachverhaltes bezeichnet.[2]

Eine der wohl meistgestellten, aber dennoch nach wie vor ungeklärten Fragen der Sprechakttheorie ist jene der Begrenzung einer Illokution. Es geht hier um die Frage, wo ein illokutionärer Akt endet und wo der nächste beginnt. SCHMITT (2000, 51–112) hat diese Problematik ausführlich behandelt und verdeutlicht, dass es hierfür keine einheitlichen Bestimmungen gibt, was, zu seiner Verwunderung, oftmals nicht einmal als Problem erkannt wird. AUSTIN (1979) und SEARLE (1979) setzen in ihren Grundwerken Sprechakt und Satz gleich, was Searle selber allerdings durchaus kritisiert, indem er insbesondere betont, dass Kommunikation immer aus einer Aneinanderreihung von Sprechakten besteht und dass die Kontextualität nicht vernachlässigt werden darf (sieheHEINEMANN/HEINEMANN 2002, 85–86). Die simple Konzentration auf Sätze würde bedeuten, dass ein Satz jeweils eine Illokution beinhaltet. Dieser Rückschluss von SCHMITT (2000, 51) beruht weitgehend auf den von Searle und Austin verwendeten Beispielen, welche jeweils einzelne Sätze sind. Laut SCHMITT (2000, 51f.) hat die Gleichsetzung von Illokution und Satz mindestens drei große Probleme:

1. Er meint, dass eine allgemein anerkannte Definition für den „Satz“ fehle.
2. Er gibt zu bedenken, dass mehrere eigenständige Sätze zu komplexen Sätzen zusammengefasst werden können. Warum sollten diese, wenn als komplexer Satz auftretend, nur eine Illokution sein, wenn sie, in

2 Vgl. HINDELANG (2010, 41); LENK (1987, 127–132); LENK (2011, 166); LENK (2012, 118–119); MOTSCH (1978, 22 f.).

eigenständiger Form, als jeweils eigene Illokutionen angesehen würden?

3. Er warnt vor der Annahme, dass nur syntaktisch komplexe Sätze mehrere Illokutionen beinhalten können, sondern vertritt die Auffassung, dass auch einzelne Sätze beispielsweise Bewertungskomponenten beinhalten können, wodurch ihm zufolge nicht von einer einzigen Illokution die Rede sein könne.

In seinen weiteren Ausführungen geht SCHMITT (2000, 60 f.) sogar soweit, dass er in einem Beispielsatz nahezu jedes Morphem als eine eigene Sprachhandlung bezeichnet. Dieser Ansatz geht jedoch deutlich weiter als die meisten anderen Untersuchungen auf diesem Gebiet, welche sich mit der, wenn auch teilweise unklaren und keinesfalls unproblematischen, Gleichsetzung von Satz oder Teilsatz und Illokution begnügen. Auch MOTSCH (1994, 20) betont, dass nicht jede „selbständig äußerbare sprachliche Einheit" Träger einer kommunikativen Intention, welche er bei Illokutionen voraussetzt, sein muss. Er hält fest, dass eine Illokution mindestens einen grammatischen und satzsemantisch strukturierten sprachlichen Ausdruck voraussetzt, betont jedoch, dass dadurch nicht jeder solcher Ausdruck eine Illokution sein muss (MOTSCH 1994, 20 f.).

Auch LENK (2012, 121–122) bindet in seinen Untersuchungen Sprachhandlungen i. d. R. an Ganz- oder Teilsätze. Einen genaueren Verweis darauf, welche Teilsätze als eigenständige Sprachhandlungen betrachtet werden sollen, bietet er in LENK (2011, 166f.), wo er auf LENK/TIITTULA (1990) verweist. Dort wurden alle einfachen Sätze sowie alle Teilsätze komplexer Sätze als Träger einer Illokution betrachtet, mit der Ausnahme von Nebensätzen, welche im übergeordneten Satz die Funktion eines Objekt-, Subjekt-, oder Prädikativsatzes oder eines restriktiven Relativsatzes einnehmen. Die Bindung der Sätze an die Illokutionen beruht auf dem bereits beschriebenen Aufbau einer Illokution. Nach SEARLE (1979) enthält eine Illokution einen propositionalen Akt, der eine Prädikation, also eine Relation in Bezug auf Argumente, enthält. Das Herstellen einer Relation ist hierbei entscheidend, denn diese fehlt bei einzelnen Wörtern oder gar Morphemen, wodurch sie keine Propositionen sind.

Die von Schmitt als eigene Illokution bestimmten zusätzlichen Träger einer Einstellungskomponente werden bei LENK/TIITTULA (1990) als Bewertungskomponenten, also als Nebenkomponenten der eigentlichen Illokution, bestimmt. Diese Bewertungskomponenten werden beispielsweise von VON POLENZ (1985, 219) als „bewertende Sprechereinstellungen, die nur nebenbei geäußert werden", bezeichnet.

Aufgrund der erwähnten Bindung von Illokution und Proposition wird in der vorliegenden Arbeit weitgehend das bei LENK/TIITTULA (1990) übliche Verfahren angewandt, das im Vergleich zum Grundgedanken Satz = Illokution entsprechend dem Aufbau der Sprachhandlung nach SEARLE (1979) immerhin eine leicht präzisere Definition der Illokutionsgrenzen beinhaltet. Hierbei wurde auch der Gedanke von SCHMITT (2000) berücksichtigt, nach dem Sätze, die aus Teilsätzen bestehen, welche ohne Bedeutungsveränderung auch in der Form eigenständiger Sätze hätten geschrieben werden können, als einzelne Illokutionen gerechnet werden, sofern sie die eben erwähnten Voraussetzungen des Aufbaus einer Sprachhandlung nach Searle erfüllen.

2.3 Illokutionstypen

Von Anfang an wurde in der Sprechakttheorie auch immer wieder versucht, eine Liste von Illokutionstypen zu erstellen, welche sprachlichen Äußerungen zugeschrieben werden können. Zu den bekanntesten gehört die Taxonomie von SEARLE (1976, 10–15), der eine Alternative zu jener von AUSTIN (1979, 168–170) bietet. Er kritisiert bei Austin in erster Linie, dass dieser kein durchgängiges Klassifikationsprinzip anwendet und dass es in den Kategorien zu viel Heterogenität gibt (SEARLE 1976, 9–10). SEARLE (1976, 10–15) teilt seine eigenen Klassen anhand der Richtung der Anpassung (Wort-zu-Welt resp. Welt-zu-Wort) ein. Er unterscheidet dabei:

1. Repräsentativa: Informationshandlungen, die nach SEARLE (1976, 11) vor allem daran zu erkennen sind, dass man sie als richtig oder falsch bestimmen kann. Die Richtung der Anpassung ist hier Wort-

zu-Welt, d. h., dass die Äußerung die Welt beschreibt und sich dieser anpasst.

2. Direktiva: Aufforderungshandlungen, welche beinhalten, dass der Hörer H eine zukünftige Aktion A ausführen wird. Hier ist die Richtung Welt-zu-Wort, womit gemeint ist, dass sich die Welt durch diese Äußerung verändert.
3. Kommissiva: Versprechungshandlungen, die eine Absicht beinhalten etwas zu tun. Hier ist die Richtung der Anpassung Welt-zu-Wort, da sich die Welt, durch die Beabsichtigung etwas zu tun, verändert.
4. Expressiva: Ausdruck psychischer Einstellungen, wozu z. B. das Danken, das Gratulieren und das Entschuldigen gehören. Hier bestimmt Searle keine Richtung der Anpassung.
5. Deklarationen: Handlungen, welche automatisch eine Veränderung der Welt mit sich ziehen, sofern sie erfolgreich durchgeführt werden (z. B. Taufen, Ernennungen, Urteilsverkündungen). Diese beruhen auf gesellschaftlichen Konventionen. Hier geschieht die Anpassung in beide Richtungen, weil sich die Äußerung nur vollziehen lässt, wenn die Welt in einem entsprechendem Zustand ist und die Welt sich wiederum anpasst, sobald die Äußerung getätigt wurde. (SEARLE 1976, 13–15)

WUNDERLICH (1976, 77) orientiert sich an den Interaktionsbedingungen und gibt sogar acht verschiedene Illokutionstypen an:

1. Direktiva (Aufforderungen, Bitten, Befehle, Anweisungen, Anordnungen, Instruktionen, Normsetzungen)
2. Commissiva (Versprechungen, Ankündigungen, Drohungen)
3. Erotetisch (Fragen)
4. Repräsentativa (Behauptungen, Feststellungen, Berichte, Beschreibungen, Erklärungen, Versicherungen)
5. Satisfaktiva (Entschuldigungen, Danksagungen, Antworten, Begründungen, Rechtfertigungen)

6. Retraktiva (Zurückziehen eines Versprechens, Korrektur einer Behauptung, Erlaubnisse)
7. Deklarationen (Benennungen, Definitionen, Ernennungen, Schuldsprüche, Festsetzen einer Tagesordnung, Eröffnung einer Sitzung)
8. Vokativa (Anrufe, Aufrufe, Anreden)

Sowohl diese als auch andere Klassifikationen beinhalten verschiedene Problematiken. Eine davon liegt nach LENK (2011, 168) in den großen Unterschieden der Klassifizierungskriterien.

Für eine empirische Analyse von einzelnen Texten sind die oben genannten Klassifizierungen jedoch nicht sehr hilfreich. Eine Aufteilung in z. B. die acht erwähnten Illokutionstypen von Wunderlich würde wenig Aufschluss über einen Text geben und auch im Hinblick auf das Erstellen einer Illokutionsstruktur lediglich oberflächliche Informationen über den Text vermitteln. Aus diesem Grund werden in der Praxis meist eigene, vereinfachte und auf den Untersuchungsgegenstand abgestimmte Klassifikationen verwendet (siehe z. B. LENK 2012, 130). Die in dieser Untersuchung verwendete Klassifikation ist auf der Basis jener von LENK (ebd.) erstellt und dem untersuchten Korpus entsprechend angepasst worden. Hinzugefügt wurde der Typ ZITIEREN, während die Typen BEZWEIFELN und HOFFEN weggelassen wurden, da sie in den untersuchten Sportkommentaren nicht vorgekommen sind.

Auf eine ausführliche Definition der einzelnen Illokutionstypen wird hier verzichtet.[3]

3 Für eine genaue Definition sämtlicher Illokutionstypen dieser Klassifikation siehe ACKERMANN (2018, 33–43).

THEMATISIEREN		ZITIEREN
Informationshandlungen		**Bewertungshandlungen**
FESTSTELLEN	ERINNERN	BEWERTEN
MITTEILEN	ZURÜCKWEISEN	
BEHAUPTEN	KONZEDIEREN	
ANNEHMEN		
VERMUTEN	IN-FRAGE-STELLEN	
PROGNOSTIZIEREN		RHETORISCHES FRAGEN
HYPOTHET. ANNEHMEN		
FRAGEN		EMPFEHLEN
		WARNEN
	Aufforderungshandlungen:	
	AUFFORDERN	FORDERN
+ Bewertungskomponenten		

Als Beispiel werden im Folgenden aber die Typen FESTSTELLEN und BEHAUPTEN definiert, da diese auf den ersten Blick nicht immer eindeutig voneinander zu unterscheiden sind. Die Abkürzung L steht für den Leser, während mit S der Schreiber bezeichnet wird. p steht für Proposition (bzw. für den propositionalen Gehalt der Äußerung). Die Darstellungsweise entspricht mehrheitlich jener von LENK (1987, 171–181).

<u>FESTSTELLEN</u>
Ziel: L weiß p bzw. kennt den Sachverhalt.
Konstitutive Bedingungen:

- S hat die Absicht, dass L den Sachverhalt in p kennt.
- p kann Wissen über beliebige Erscheinungen in genau einer Prädikation beinhalten.
- S ist überzeugt davon, dass p zutrifft.
- S setzt voraus, dass L p (höchstwahrscheinlich) für wahr hält.

- S setzt voraus, dass die Sprachhandlung vollzogen werden muss, um deren Ziel zu erreichen.

BEHAUPTEN
Ziel: L weiß, dass S p glaubt.
Konstitutive Bedingungen:

- S hat die Absicht, dass L weiß, dass S p für zutreffend hält.
- p kann Wissen über beliebige Erscheinungen in genau einer Prädikation beinhalten.
- S ist überzeugt, dass p zutrifft und kann dies, wenn nötig, durch andere Informationshandlungen stützen.
- S setzt voraus, dass L p möglicherweise nicht für wahr hält (bzw. halten wird).
- S setzt voraus, dass die Sprachhandlung vollzogen werden muss, um deren Ziel zu realisieren.

Der Unterschied dieser beiden Illokutionstypen liegt also vor allem darin, dass beim Typ FESTSTELLEN der Verfasser davon ausgeht, dass der Leser den Sachverhalt für wahr hält, während er beim Typ BEHAUPTEN davon ausgeht, dass der Leser den Sachverhalt möglicherweise nicht für wahr halten wird. Aus diesem Grund sollte der Verfasser beim BEHAUPTEN seine Aussage durch Informationshandlungen stützen können.

3. Analyse

3.1 Fragestellung und Material

Ziel ist es Unterschiede und/oder Gemeinsamkeiten in Bezug auf die in den Sportkommentaren definierten Illokutionstypen zwischen Tageszeitungen der drei großen deutschsprachigen Länder festzustellen. Darüber hinaus wird auch ein Blick auf zwei verschiedene Zeitungstypen geworfen, um möglicherweise auch dort Unterschiede oder Gemeinsamkeiten feststellen zu können.

Hierfür wurden 24 Kommentartexte aus dem *Helsinkier Kommentarkorpus* zufällig ausgewählt. Es handelt sich um die jeweils ersten Kommentare zu den Themen Fußball, Ski Alpin und Formel 1, die im Zeitraum des erstellten Korpus aktuell waren und daher häufig vorkommen. Die Tageszeitungen wurden so ausgewählt, dass aus jedem Land jeweils vier Kommentare aus Boulevardzeitungen und vier aus überregionalen Abonnementzeitungen untersucht werden konnten. Aus Deutschland sind die *Bild-Zeitung* (nur ein Kommentar), die *B.Z.* sowie die *Süddeutsche Zeitung* vertreten. Aus der Deutschschweiz der *Blick*, die *Basler Zeitung* und die *Südostschweiz*. Aus Österreich die *Kronen Zeitung* und *Die Presse*. Im Folgenden wird für die Beispiel-Analyse der Sportkommentar aus der *Bild*-Zeitung (siehe Abbildung 1) verwendet.



Bild KOMMENTAR

Leverkusens falsches Dementi

Von WALTER M. STRATEN

Sami Hyypiä, die eine Hälfte des Leverkusener Trainer-Pärchens, erklärte am Dienstag dem BILD-Reporter: „Vielleicht werde ich es hier irgendwann allein machen." Und: Ohne ständige Absprachen mit Partner Sascha Lewandowski werde einiges leichter.

Die Leverkusener Bosse Holzhäuser und Völler antworteten gestern auf der Homepage mit einem Dementi: Alles falsch, das habe Hyypiä nie so gesagt! Und dann faseln sie noch von einer „Kampagne".

Was für ein Quatsch! Hiermit dementieren wir das Dementi.

Hyypiä will von seinen eigenen Aussagen nichts mehr wissen. Und Leverkusen versucht, das Trainer-Pärchen über die Saison zu retten.

Sind falsche Dementis da der richtige Weg? Vielleicht sollten die Leverkusener es mit der Wahrheit probieren...

Mückenloch steht zu Wiese

Hoffenheims suspendierter Torwart **Tim Wiese** (31/Foto) und das Gaga-Angebot bei Facebook. Der BSC Mückenloch (8. Klasse bei Heidelberg) bot ihm an, ihn bei sich trainieren zu lassen. Verteidiger **Jens Dörfer** (32): „Das ging gegen Hoffenheim, weil wir es nicht gut finden, dass der Verein ihn nicht schützt." Wiese dazu: „Geiler Zug von den Jungs." Ex-Werder-Manager **Klaus Allofs** (56/Wolfsburg) bei Sky über Wiese: „Ich fürchte, dass er den Klub wechseln muss. Er hat nicht verdient, wie ihm gerade mitgespielt wird."

Gestern beim Training: Schmadtke (r.) hört Slomka zu

Nach Befehl vom Boss: Schmadtke beim Training

Seite 12 SPORT BILD-SPORT ♦ 14. MÄRZ 2013

1904 BAYER Leverkusen

Leverkusens Pärchen-Problem

HYYPIÄ im Sommer weg?

Hyypiä gewann mit Liverpool Uefa-Cup und Champions League Foto: FAP

Von TIMM DETERING

Krise bei Leverkusens Trainer-Pärchen Sami Hyypiä (39) und Sascha Lewandowski (41) – die Trennung kann schon bald kommen...

Ist Hyypiä im Sommer weg?

Der blonde Finne hatte in BILD und im ZDF-Sportstudio auf Sticheleien von Lewandowski („es ist schon schwierig, das Tag für Tag zu leben") reagiert: „Zurzeit muss ich alles erst mit Sascha absprechen." Hyypiä schließt im Sommer die Ausbildung zum Fußballlehrer ab, kann dann Erstligisten allein trainieren. Bayer-Insider kennen seine Pläne: Wenn nicht in Leverkusen, dann woanders!

Der 105-malige Nationalspieler hat in Skandinavien (Finnlands Trainer des Jahres 2012) und Großbritannien einen sehr guten Ruf, wurde schon 2010 von seinem Ex-Klub FC Liverpool kontaktiert.

Ist Hyypiä schon im Sommer weg?

Leverkusens Bosse wollten ihrem Trainer-Pärchen gestern keine Happy-End-Garantie bis Vertragsende 2015 geben.

Geschäftsführer Wolfgang Holzhäuser (63): „Ich bin nicht bereit, über die Zukunft zu diskutieren. Der Fußball ist konservativ, nach hinten gerichtet in seiner Denkweise. Führungsstile ergeben sich aus der Situation. So ist das auch im Trainerteam. Die Arbeit eines Trainers ist – leider – auch immer kurzfristig zu sehen."

Sportdirektor Rudi Völler (52) zuvor: „Dass das keine Fünf-Jahres-Lösung ist, ist uns auch klar."

Lewandowski wiederholt: „Bei kurzfristigen Lösungen hat das Modell sehr viele Vorteile. Wenn es um langfristige Lösungen geht, ist es schwer zu leben. Daraus machen wir auch gar keinen Hehl."

Alles spricht dafür: Spätestens 2013/14 hat Leverkusen nur noch einen Trainer. Bayer kann nur hoffen, dass Sami Hyypiä nicht vorzeitig hinwirft...

Lewandowski spielte für Eintracht Dortmund und VfR Sölde Foto: EIBNER

Stefan Kießling war bisher sechsmal im Trikot der Nationalelf im Einsatz (kein Tor), hier bei seinem einzigen Spiel über 90 Minuten (3:0 gegen Malta in Aachen 2010) Foto: DPA

Kein Kießling-Comeback bei Jogi

Stefan Kießling (29) muss wohl weiter auf sein Comeback in der Nationalelf warten.

Nach BILD-Informationen tendiert Joachim Löw (53) dahin, den Leverkusener nicht zu nominieren.

Der Bundestrainer gibt heute in Frankfurt um 12.30 Uhr seinen Kader (23 Spieler) bekannt.

Löw hatte Kießling (16 Tore, neun Vorlagen)

LAZIO ROM – STUTTGART

HEUTE, 21.05 UHR, Kabel 1 & SKY

Niedermeier: „Geisterspiel könnte ein Vorteil sein"

Nach dem 0:2 im Hinspiel gegen Lazio Rom ist Stuttgart so gut wie raus.

Heute (21.05 Uhr/Sky und Kabel1) braucht der VfB mindestens ein 3:1, um das Euro-League-Viertelfinale zu schaffen. Gut möglich, dass Trainer Labbadia Okazaki oder Macheda als zweite Spitze neben Ibisevic bringt. Weil Lazio in Europa zwei Spiele Platzsperre hat, ist die Partie ein Geisterspiel. Vortei-

Georg Niedermeier Foto: IMAGO

„Vielleicht ein Vorteil für uns." So will der VfB spielen: Ulreich – Sakai, Tasci, Niedermeier, Molinaro – Kvist, Harnik, Gentner, Traoré

Ihr Horoskop für den 14. März

Von JASMIN RACHLITZ

WIDDER 21.03. – 20.04.

STIER 21.04. – 20.05.

ZWILLINGE 21.05. – 21.06.

KREBS 22.06. – 22.07.

LÖWE 23.07. – 23.08.

JUNGFRAU 24.08. – 23.09.

WAAGE 24.09. – 23.10.

Abb. 1: Kopf der Seite 12 aus der *Bild*-Zeitung vom 14.3.2013 mit dem Kommentar „Leverkusens falsches Dementi" links oben.

Der Kommentartext besteht aus den folgenden zwölf Illokutionen (plus jener für die Überschrift, die mit der Variablen (a) gezählt wird).

(a) BEHAUPTEN/BEWERTEN: Leverkusens falsches Dementi

(1) MITTEILEN: Sami Hyypiä, die eine Hälfte des Leverkusener Trainer-Pärchens, erklärte am Dienstag dem BILD-Reporter:

(2) ZITIEREN: „Vielleicht werde ich es hier irgendwann allein machen."

(3) MITTEILEN / indirektes ZITIEREN: Und: Ohne ständige Absprachen mit Partner Sascha Lewandowski werde einiges leichter.

(4) MITTEILEN: Die Leverkusener Bosse Holzhäuser und Völler antworteten gestern auf der Homepage mit einem Dementi:

(5) (indirektes) ZITIEREN: Alles falsch, das habe Hyypiä nie so gesagt!

(6) MITTEILEN + BWK[4]: Und dann faseln sie noch von einer „Kampagne".

(7) ZURÜCKWEISEN + BWK: Was für ein Quatsch!

(8) BEHAUPTEN: Hiermit dementieren wir das Dementi.

(9) MITTEILEN: Hyypiä will von seinen eigenen Aussagen nichts mehr wissen.

(10) BEHAUPTEN: Und Leverkusen versucht, das Trainer-Pärchen über die Saison zu retten.

(11) RHETORISCHES FRAGEN + BWK: Sind falsche Dementis da der richtige Weg?

(12) EMPFEHLEN + BWK (VORWURF): Vielleicht sollten die Leverkusener es mit der Wahrheit probieren…

4 BWK steht für Bewertungskomponente.

3.2 Ergebnisse

Wenn in diesem Abschnitt von den Tageszeitungen Deutschlands, resp. der Schweiz oder Österreichs die Rede ist, sind damit die für das Korpus dieser Untersuchung gewählten Tageszeitungen gemeint. Die folgenden Abbildungen zeigen die Resultate der untersuchten Texte in den ausgewählten Zeitungen. Zusätzlich zu den Anteilen der bestimmten Illokutionstypen wird auch der Anteil aller Illokutionen angegeben, die zusätzlich zum Illokutionstyp (der in diesem Fall nicht BEWERTEN sein kann) eine Bewertungskomponente beinhalten, also nicht in erster Linie bewertend sind.

3.2.1 Deutschland

Die folgende Grafik illustriert die verwendeten Illokutionstypen im Verhältnis zur Gesamtanzahl an definierten Illokutionen n.

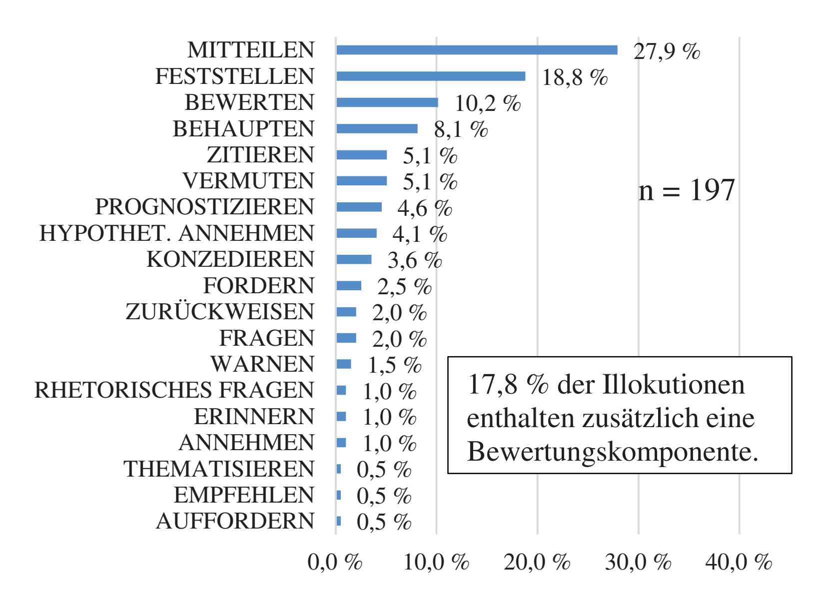


Abb. 2: Illokutionstypen in den Sportkommentaren der untersuchten deutschen Tageszeitungen.

Abbildung 2 zeigt, dass Informationshandlungen, einerseits solche mit für den Leser neuer Information (MITTEILEN), andererseits Feststellungen von bereits bekannten Umständen (FESTSTELLEN), dominieren. Dies ist für die Textsorte Kommentar ein überraschendes Ergebnis, da man davon ausgehen kann, dass dort primär kommentiert und nicht informiert wird. Dahinter folgen Bewertungshandlungen. Wenn eine Illokution einem anderen Typ als BEWERTEN zugeschrieben wurde, diese jedoch dennoch eine bewertende (Neben-)Funktion einnimmt, wurde eine Bewertungskomponente gezählt. Zählt man diese zu den allein bewertenden Illokutionen hinzu, so sind 28 % der Illokutionen bewertend. Dies ist für meinungsbetonte Texte nicht verwunderlich. Die Bewertungen werden in den Texten oftmals durch Sprachhandlungen der Kategorien BEHAUPTEN, VERMUTEN, PROGNOSTIZIEREN oder HYPOTHETISCHES ANNEHMEN gestützt, wobei der Autor, im Gegensatz zum MITTEILEN und FESTSTELLEN, auch seine eigene Interpretation des Sachverhalts preisgibt.

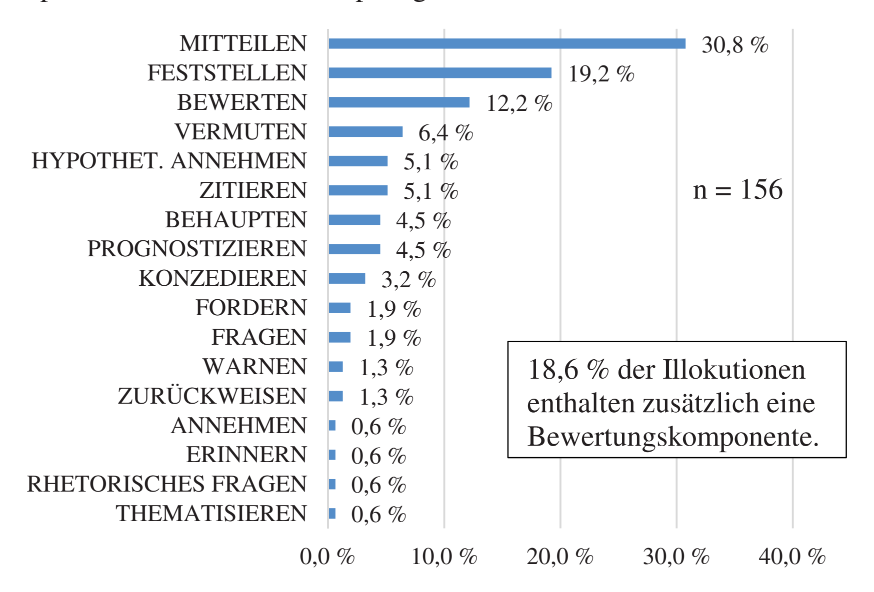


Abb. 3: Illokutionstypen in den Sportkommentaren der *Süddeutschen Zeitung*.

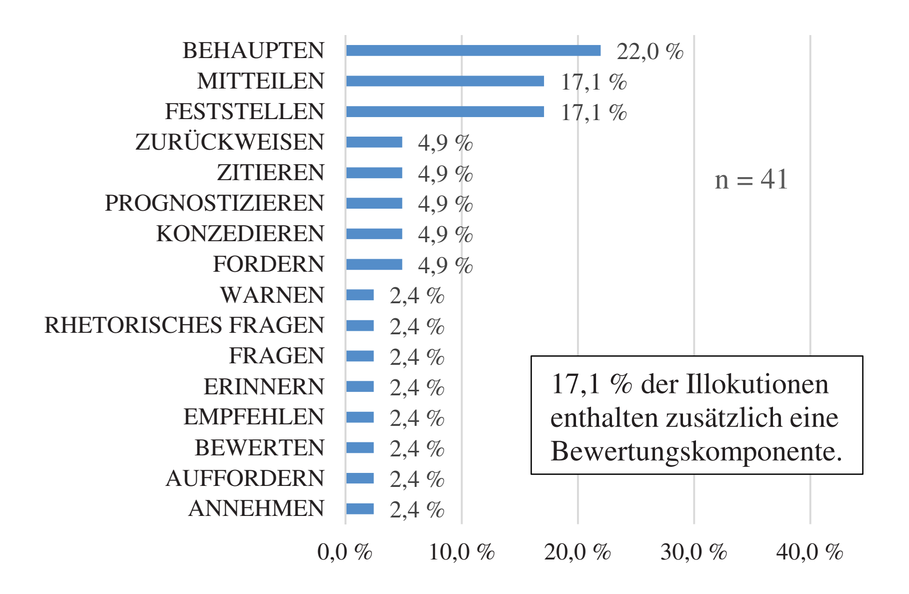


Abb. 4: Illokutionstypen in den Sportkommentaren der Boulevardzeitungen Deutschlands.

In den Abbildungen 3 und 4 kann man erkennen, dass der Stellenwert des MITTEILENS, in den Boulevardzeitungen deutlich kleiner ist, während im Gegensatz dazu das BEHAUPTEN eine deutlich wichtigere Rolle spielt. Hierbei drängt sich natürlich das für Boulevardzeitungen typische Klischee der falschen oder zumindest ungenauen und vorwiegend subjektiven Darstellung von Sachverhalten auf. Dennoch kann von einem überraschenden Ergebnis gesprochen werden, vor allem, weil sich ein deutlicher Unterschied zu den Abonnementzeitungen feststellen lässt. Ebenso gibt es beim Typ BEWERTEN einen beträchtlichen Unterschied zwischen den Zeitungstypen.

3.2.2 Die Deutschschweiz

In den Deutschschweizer Sportkommentaren ist das Mitteilen der zentrale Aspekt. Rechnen wir allerdings die Bewertungskomponenten zu den allein bewertenden Bewertungshandlungen hinzu, so kommen wir insgesamt auf über 40 % der Illokutionen, deutlich mehr als bei den deutschen Zeitungen. Es ist erstaunlich, dass in der Schweiz die Kommentare aus den Abonnementzeitungen mehr Handlungen des Typs BEWERTEN, vor allem deutlich mehr Bewertungskomponenten, enthalten, als jene in der Boulevardzeitung *Blick*, während in den anderen beiden Ländern kein wesentlicher Unterscheid zwischen den Zeitungstypen im Hinblick auf die Gesamtzahl an Bewertungshandlungen festzustellen ist.

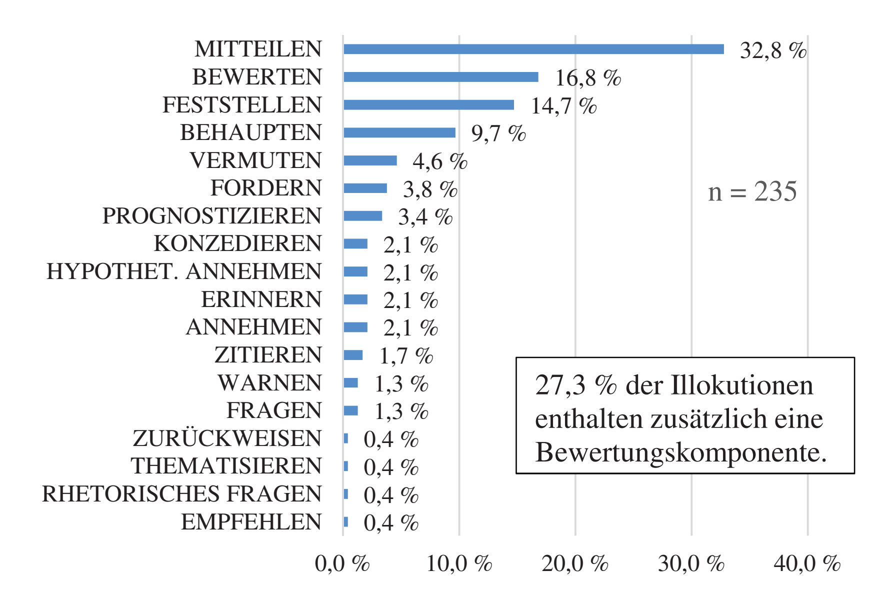


Abb. 5: Illokutionstypen in den Sportkommentaren der Deutschschweizer Tageszeitungen.

Das MITTEILEN liegt sowohl bei den Abonnement- als auch bei den Boulevardzeitungen klar an erster Stelle, allerdings in deutlich unterschiedlichen Anteilen (30 % vs. 38 %). Zählt man die Anteile der allein bewertenden Illokutionen sowie jener Illokutionen, welche zusätzlich zu einer anderen Illokution eine Bewertungskomponente tragen, stellt man fest, dass in den Deutschschweizer Abonnementzeitungen über 50 % der Sprachhandlungen eine Bewertung abgeben, während dies in der Boulevardzeitung *Blick* nur bei 34 % der Fall ist. Die untersuchten Kommentare des *Blick* weisen erstaunlicherweise keinerlei Handlungen des Typs FORDERN auf und auch das BEHAUPTEN ist seltener als in den Kommentaren der Abonnementzeitungen.

Der vermeintlich hohe Anteil an Bewertungen im Deutschschweizer Korpus lässt sich möglicherweise auf die Thematik zurückführen. Drei der Kommentare der Schweizer Abonnementzeitungen zum Thema Ski Alpin kritisierten entweder das Weltcup-Finale mit seinen Wetterkapriolen und den (zumindest nach der Meinung des Autors erheblichen) organisatorischen Missständen oder die Personalprobleme beim Schweizer Skiverband Swiss Ski. Dass hierbei auch viele Feststellungen und Mitteilungen gleich mitbewertet werden, überrascht nicht. In diesen Texten wird dem Leser sofort klar, welche Meinung der Kommentar vertritt.

Anhand dieser Resultate stellen wir fest, dass das BEWERTEN in den Deutschschweizer Sportkommentaren eine wesentlich wichtigere Rolle spielt als in den anderen Ländern. 44 % aller Illokutionen sind entweder allein bewertend oder beinhalten eine Bewertungskomponente, während dies in Deutschland nur bei 28 % und in Österreich gar nur bei knapp 21 % der Fall ist.

3.2.3 Österreich

In den untersuchten Tageszeitungen Österreichs lassen sich mit Abstand am meisten Informationshandlungen bestimmen, wobei auch hier das MITTEILEN an erster Stelle steht. Es wird also auch in den österreichischen Kommentaren für den Leser vermutlich neue, für die Argumentation wichtige, Information gegeben. Das BEHAUPTEN nimmt im österreichischen Korpus eine überraschend große Rolle ein, was, wie aus den

Abbildungen 7 und 8 ersichtlich, vor allem auf die *Kronen Zeitung* zurückzuführen ist, während Sprachhandlungen des Typs BEWERTEN sowie auch Bewertungskomponenten deutlich seltener vorkommen als in den untersuchten Sportkommentaren der anderen Länder.

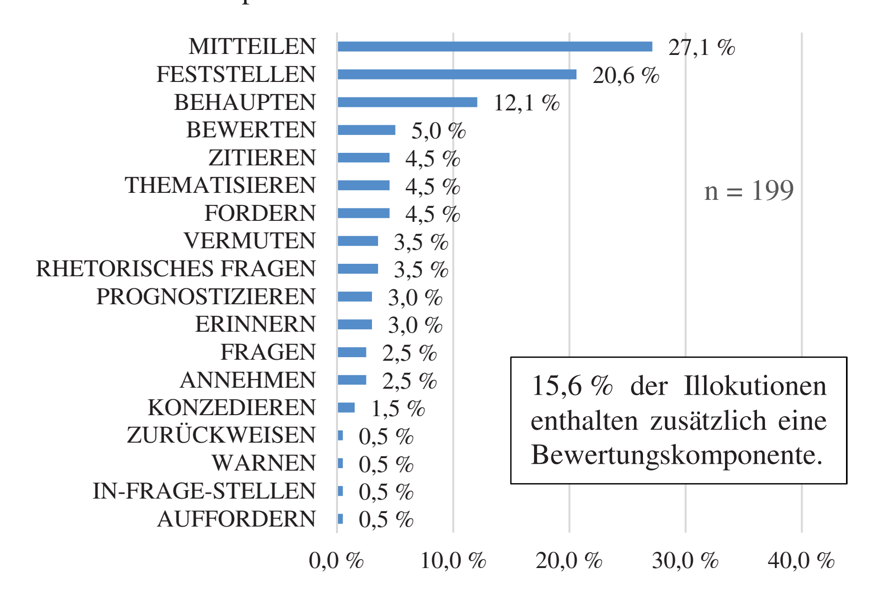


Abb. 6: Verwendete Illokutionstypen in den Sportkommentaren der österreichischen Tageszeitungen

Im österreichischen Korpus sind die Unterschiede zwischen den Kommentaren der Abonnementzeitung, *Die Presse*, und jenen der Boulevardzeitung, der *Kronen Zeitung*, markant. Dies betrifft vor allem die unterschiedliche Art der Vermittlung von Information. In der *Kronen Zeitung* wird deutlich mehr behauptet, während in *Die Presse* mehrheitlich Informationen vermittelt werden, deren Wahrheitswert wesentlich höher erscheint und die somit nicht als BEHAUPTEN wahrgenommen werden. Im Gegensatz zur Deutschschweiz ist in Österreich der Unterschied bei den Bewertungshandlungen minimal. Beide Zeitungstypen beinhalten

ungefähr gleich viele Bewertungshandlungen, auch bei Berücksichtigung der Bewertungskomponenten.

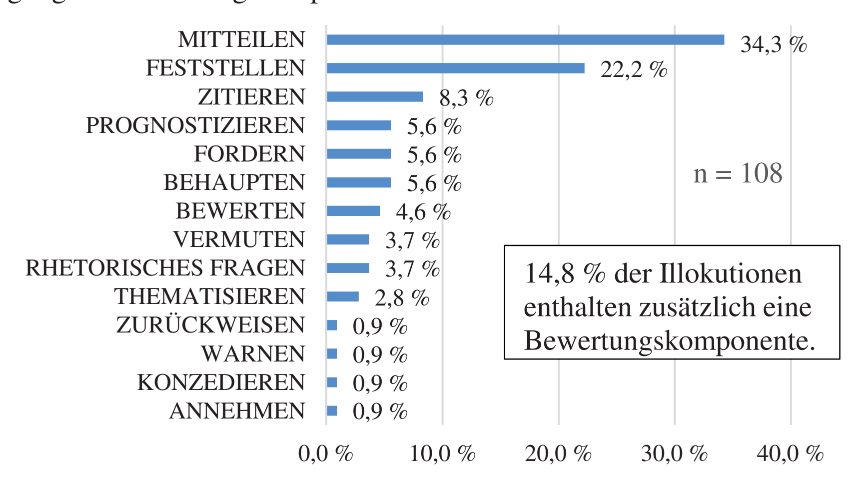


Abb. 7: Illokutionstypen in den Sportkommentaren der Abonnementzeitung Österreichs, *Die Presse*.

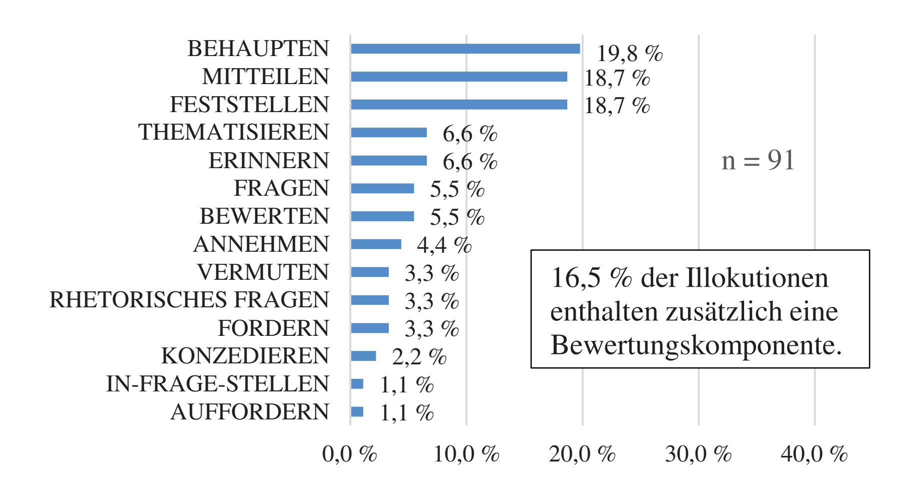


Abb. 8: Illokutionstypen in den Sportkommentaren der Boulevardzeitung Österreichs, der *Kronen Zeitung*.

Im Gegensatz zum deutschen und Deutschschweizer Korpus sind die Kommentare aus den österreichischen Tageszeitungen jeweils nur von einem Autor verfasst worden. Es sind also genau genommen vier Texte von Peter Sommer und vier Texte von Wolfgang Wiederstein. Dies liegt daran, dass die Sportkommentare in den betreffenden Zeitungen in der Zeit der Erfassung der Kommentare nahezu ausnahmslos von diesen beiden Personen verfasst wurden.

3.2.4 Unterschiede zwischen den Zeitungstypen

Anhand der Untersuchungsergebnisse lassen sich nur kleine Unterschiede zwischen den untersuchten Kommentaren in Abonnementzeitungen und jenen in Boulevardzeitungen ausmachen. Eine Differenz finden wir in den Bewertungskomponenten. Rund ein Viertel der Illokutionen in den Abonnementzeitungen beinhaltet eine zusätzliche Bewertungskomponente, während dies in den Boulevardzeitungen nur bei rund einem Sechstel der Fall ist. Wirft man einen Blick auf die rein bewertenden Illokutionstypen, so stellt man fest, dass dort die Anzahl von Handlungen des Typs BEWERTEN nahezu identisch ist. Ein Unterschied entsteht also bloß durch die Komponenten, wodurch man zumindest für die vorliegende Untersuchung behaupten kann, dass Bewertungen in Abonnementzeitungen eher üblicher sind als in Boulevardzeitungen.

Während die Deutschschweiz durch den hohen Anteil von Bewertungen aus dem Rahmen fällt, sind es in der Boulevardpresse Österreichs und Deutschlands die Behauptungen, die zu einer genaueren Betrachtung der Resultate anregen. Die Kommentare der Boulevardzeitung *Kronen Zeitung* sind die einzigen in dieser Untersuchung, die als häufigsten Illokutionstyp nicht MITTEILEN, sondern BEHAUPTEN aufweisen. Rund ein Fünftel aller Äußerungen in den Kommentaren der *Kronen Zeitung* sind als Behauptungen zu bestimmen. Einen ähnlich hohen Wert an Behauptungen weisen auch die Kommentare aus den deutschen Boulevardzeitungen auf (siehe Abbildung 4). Um daraus weitere Schlüsse auf z. B. die Argumentation ziehen zu können, müsste die Verknüpfung der umliegenden Illokutionstypen mit den Behauptungen betrachtet werden,

um festzustellen, ob die Behauptungen durch glaubwürdigere Informationshandlungen gerechtfertigt und damit glaubwürdiger werden.

4. Zusammenfassung

In der Analyse der Texte konnten einige Unterschiede festgestellt werden. Der markanteste dabei ist, dass der Anteil an Illokutionen des Typs BEWERTEN in Kombination mit den Bewertungskomponenten im Deutschschweizer Korpus mit Abstand am höchsten war. Dem gegenüber stehen nahezu ausgeglichene Anteile der Informationshandlungen in allen drei Ländern.

Im Hinblick auf die Zeitungstypen ist leicht überraschend, dass die Informationshandlungen in beiden Typen klar dominieren. Der größte Unterschied besteht darin, dass der Typ BEWERTEN bei den Boulevardzeitungen seltener vorkommt als das BEHAUPTEN, was bei den Abonnementzeitungen umgekehrt ist.

Als weiterführende Analyse wäre es sinnvoll, die Illokutionsstrukturen der ausgewählten Texte zu untersuchen. Dadurch können Aussagen über die Handlungsstrukturen der Texte und den Aufbau der Argumentationen gemacht werden. Ein Vergleich mit Kommentaren zu anderen Themen würde eventuelle Besonderheiten der Sportkommentare ans Licht führen, die hier aufgrund fehlender Vergleiche zu Kommentaren aus anderen Ressorts nicht eruiert werden konnten. Dabei können auch bereits durchgeführte Untersuchungen (z. B. LENK 2019) zu sprachlichen Merkmalen von Kommentaren miteinbezogen und das hier verwendete Korpus auf die gleiche Art untersucht werden.

Generell zeigt die vorliegende Untersuchung, dass es in Bezug auf die verwendeten Illokutionstypen in den Sportkommentaren einzelne Unterschiede (aber auch Gemeinsamkeiten) gibt, sowohl zwischen den Ländern als auch zwischen den Zeitungstypen.

Literatur

Ackermann, Manuel (2018): Illokutionstypen in Sportkommentaren aus Tageszeitungen der deutschssprachigen Länder. Masterarbeit. Universität Helsinki. Online unter der URL https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/236149/Ackermann_Manuel_Pro_gradu_2018.pdf?sequence=2 (Letzter Zugriff 22.03.2019).

Austin, John L. (1979): Zur Theorie der Sprechakte (How to do things with words). Deutsche Bearbeitung von Eike von Savigny. 2. Auflage. Stuttgart.

Heinemann, Margot/Heinemann, Wolfgang (2002): Grundlagen der Textlinguistik. Interaktion – Text – Diskurs. Tübingen. (Reihe Germanistische Linguistik. 230).

Hindelang, Götz (2010): Einführung in die Sprechakttheorie. Sprechakte, Äußerungsformen, Sprechaktsequenzen. 5. Auflage. Berlin/Boston. (Germanistische Arbeitshefte. 27).

Lenk, Hartmut E. H. (1987): Persuasionsstrategien in der Manipulation. Handlungsstrukturanalysen von Kommentaren in der BRD-Presse. Masch. schriftl. Dissertation. Humboldt-Universität zu Berlin.

Lenk, Hartmut E. H. (2011): Sprachhandeln im Zeitungskommentar. Die Illokutionsstrukturanalyse (ISA) als Textbeschreibungsmodell. In: Wåghäll Nivre, Elisabeth/Kaute, Brigitte/Andersson, Bo/Landén, Barbro/Stoeva-Holm, Dessislava (Hrsg.): Begegnungen. Das VIII. Nordisch-Baltische Germanistentreffen in Sigtuna vom 11. bis zum 13.6.2009. Stockholm. (Acta Universitatis Stockholmiensis – Stockholmer Germanistische Forschungen. 74), 165–181.

Lenk, Hartmut E. H. (2012): Von der Illokutionsstruktur zum Handlungsweg. Methodologische Überlegungen zur Analyse der Handlungsstruktur von Zeitungskommentaren. In: Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.), 115–158.

Lenk, Hartmut E. H. (2019): Kommentartypen und ihre sprachlich-textuellen Merkmale in Boulevardtageszeitungen aus den deutschsprachigen Ländern. Unter besonderer Berücksichtigung syntaktischer Eigenschaften (in diesem Band).

Lenk, Hartmut E. H./Tiittula, Liisa (1990): Die implizite Botschaft. Eine kontrastive Untersuchung zum Explizitätsgrad von Bewertungshandlungen in Pressekommentaren/Leitartikeln. In: Der Ginkgo-Baum. Germanistisches Jahrbuch für Nordeuropa. 9. Folge. Helsinki, 60–181.

Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (2012): Der Kommentar als persuasiver Text. Vergleichende Untersuchungen zu einer meinungsbetonten Textsorte in europäischen Massenkommunikationsmedien. In: Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.), 7–32.

Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.) (2012): Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textesorte Kommentar. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 218–219).
Motsch, Wolfgang (1978): Sprache als Handlungsinstrument. In: Motsch, Wolfgang (Hrsg.): Kontexte der Grammatiktheorie. Berlin. (studia grammatica. 17), 11–50.
Motsch, Wolfgang (1994): Illokutionstypen und sprachliche Äußerungen. In: Sprache und Pragmatik 34, 1–25.
Polenz, Peter von (1985): Deutsche Satzsemantik. Grundbegriffe des Zwischen-den-Zeilen-Lesens. Berlin/New York. (Sammlung Göschen 2226).
Schmitt, Holger (2000): Zur Illokutionsanalyse monologischer Texte. Ein Konzept mit Beispielen aus dem Deutschen und Englischen. Frankfurt a. M. u. a. (Europäische Hochschulschriften: Reihe 21 – Linguistik. 225.)
Searle, John R. (1976): A classification of illocutionary acts. In: Language in Society 5, 1–23.
Searle, John R. (1979): Sprechakte. Ein sprachphilosophischer Essay. Übersetzt von R. und R. Wiggershaus. Frankfurt a. M.
Sorvali, Tiina (2004): Makrostruktur und sprachliche Bildlichkeit in deutschen und finnischen Sportberichten. Dissertation. Universität Tampere.
Wunderlich, Dieter (1976): Studien zur Sprechakttheorie. Frankfurt a. M. (Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft. 172).

ZOFIA BILUT-HOMPLEWICZ/AGNIESZKA MAC/IWONA SZWED

Bewerten in gesellschaftlich ausgerichteten Kommentaren der überregionalen, regionalen und lokalen polnischen Tagespresse

Abstract

The aim of this paper is to illustrate potential convergences and divergences in commentaries of non-regional, regional, and local Polish newspapers. At the same time, we aim at suggesting ways of analysing judgements in commentaries. We demonstrate the means authors use to express intended judgements and illustrate how these correlate with some part of the reality referred to. Throughout this comparative study, we ask if it is possible to distinguish certain types and patterns in the commentaries studied. Along with our observations, we also suggest potential reasons for the variation identified in commentaries.

1. Einleitung

Unser Interesse richtet sich im folgenden Beitrag auf die Kommentare in der polnischen Tagespresse. Er verfolgt das Ziel, am Beispiel der Vergleichsgröße 'Bewerten' mögliche Konvergenzen und Divergenzen in der Ausgestaltung der Kommentartexte in den überregionalen, regionalen und lokalen Tageszeitungen aufzuzeigen und zugleich einen der möglichen Zugänge zu seiner Analyse vorzuschlagen. Dabei werden zwei der fünf von STÜRMER u. a. (1997, 278–281) genannten Perspektiven berücksichtigt, in deren Rahmen Texte nach bestimmten Kriterien untersucht und bewertende Mittel in ihnen identifiziert werden können. Es soll damit gezeigt werden, dass die Autoren in den Kommentaren unterschiedliche Möglichkeiten nutzen, um die in ihnen geäußerten Wer-

tungen auszudrücken und dass dies oft mit einer ganz bestimmten Vorstellung von dem betreffenden Ausschnitt der Wirklichkeit zusammenhängt.

Wir möchten gleich am Anfang darauf hinweisen, dass wir auf eine ausführliche Erörterung der Eigenschaften eines Kommentars verzichten; stattdessen verweisen wir auf LÜGER (1995), NOWAG/SCHALKOWSKI (1998), LENK/VESALAINEN (2012) sowie LENK (2016). Nur rudimentär gehen wir auf das Bewerten ein. Kurz gefasst verstehen wir darunter in dem vorliegenden Beitrag den Prozess, während dessen man einem Objekt, einer Person, einer Handlung etc. bestimmte Eigenschaften (Werte) zuschreibt, als auch die Art und Weise, wie diese Werturteile mittels Sprache in Bezug auf bestimmte Sachverhalte mitgeteilt werden (vgl. MAC 2012, 327; MILLER 2014, 93). Mit SANDIG (2006, 249) wird „zu einem bestimmten Zweck auf der Grundlage bestimmter Werte und Wertmaßstäbe […], im Rahmen bestimmter Textmuster, für bestimmte Adressaten(gruppen)" bewertet. Eine fundierte Auseinandersetzung mit dem Begriff in Bezug auf Pressetexte findet sich etwa bei MILLER (2014).

Im Zusammenhang damit soll der Frage nachgegangen werden, ob sich in den untersuchten Kommentaren bezugnehmend auf die Vergleichsgröße bestimmte Typen unterscheiden lassen. Dabei wird auf die potenziellen Gründe ihrer unterschiedlichen Ausgestaltung und somit ihrer Muster eingegangen.

2. Zum Modus des Bewertens

Das Bewerten ist neben dem Informieren eine Grundform sprachlichen Handelns (vgl. etwa FIEHLER 1990). Dieser Tatsache folgt ebenfalls die Differenzierung in informations- und meinungsbetonte Textsorten in den Medien (vgl. etwa LÜGER 1995).

So handelt es sich bei den letztgenannten Texten um „eine Einstufung, eine Kommentierung eines gegebenen Sachverhalts" (LÜGER

1995, 67). Wie NOWAG/SCHALKOWSKI (1998, 16) betonen, ist der Kommentar – neben dem Leitartikel unter den meinungsbetonten Textsorten – die einzige Darstellungsform, „die bewusst, willentlich und zielorientiert mit den Mitteln rationaler Überzeugungstechniken in den Erkenntnisstand und Erkenntnisprozess des Lesers eingreift.“ Die in ihm geäußerten Deutungen und Wertungen zielen darauf ab, „beim Adressaten bestimmte Einstellungen zu fördern oder zu verändern“ (LÜGER 1995, 126). So wird im Kommentar „die Grenze von der Abbildung der Wirklichkeit zur Gestaltung der Wirklichkeit überschritten“ (NOWAG/SCHALKOWSKI 1998, 16) und somit dem Leser eine ganz bestimmte Vorstellung von dem betreffenden Ausschnitt der Wirklichkeit angeboten: „Um so begründeter und um so faktenreicher dies geschieht, um so stärker die Akzeptanz dieses Angebotes.“ (NOWAG/SCHALKOWSKI 1998, 16). So ist er dementsprechend als eine meinungsbegründende Darstellungsform aufzufassen.

Im Kommentar wird die Wirklichkeit gemäß den Einstellungen des Blattes, der Redaktion und last but not least des Autors entsprechend mit verschiedenen Mitteln gewertet. Alle Typen sprachlicher Einheiten, die beim Bewerten relevant sind, werden von STÜRMER u. a. (1997) als Bewertungsinventar folgendermaßen allgemein aufgefasst:

> Dazu gehören alle sprachlichen Möglichkeiten, Bewertungen auszudrücken, sowie sprachliche Zeichen, die auf die zugrundeliegenden mentalen Operationen und die Wissensvoraussetzungen bzgl. des zu bewertenden Gegenstandes verweisen und solche, die das Bewerten systematisch begleiten. (STÜRMER u. a. 1997, 277)

Dementsprechend unterscheiden die AutorInnen fünf Perspektiven, in deren Rahmen bewertungsrelevante Eigenschaften von zu bewertenden Texten beschrieben werden können:

1) sprachliche Ausdrucksmöglichkeiten des Bewertens, die weiter in zweierlei Hinsicht differenziert werden:
   a) nach dem sprachsystematischen Kriterium (u. a. Lexeme, Phraseolexeme, Sprichwörter, Gemeinplätze, Syntax; s. 3.2);

b) nach dem Kriterium ‘obligatorisch’ bzw. ‘fakultativ’ bewertend (je nachdem, ob die Bewertung unabhängig von Kontexten, Textmusterzugehörigkeit und verwendeten Frames fest zur Einheit gehört und entsprechend als bewertende Bedeutung oder bewertende Konnotation bestimmt werden kann);[1]

2) bewertende Sprachhandlungen mit unterschiedlicher Bewertungsrichtung und Bewertungsintensität, z. B. Loben, Kritisieren, Raten, Warnen, Bedauern;
3) bewertungsmanagementbezogene Sprachhandlungen, die bewertende Sprachhandlungen modifizieren, wie z. B. Verstärken oder Abschwächen;
4) bewertungskonzeptbezogene Sprachhandlungen, die explizite Hinweise auf den Bewertungsmaßstab enthalten, wie z. B. Vergleichen, Gradieren, Gewichten;
5) Frames: Einer Gegenstandsklasse, die als Gegenstandsframe beschrieben wird, werden einzelne bewertungsrelevante Gegenstandsaspekte zugeordnet und mit Sollergebnissen verglichen. Es erfolgt also die Beschreibung eines Teils des Bewertungsmaßstabs (vgl. STÜRMER u. a.1997, 278–281).

Es würde den Rahmen des vorliegenden Beitrags sprengen, alle erwähnten Perspektiven einzubeziehen, auch wenn sie zweifellos von Wichtigkeit sind. Unserer Analyse liegen nur zwei ausgewählte Perspektiven zugrunde: Es werden bewertende Sprachhandlungen identifiziert (Perspektive 2 im obigen Raster) und sprachliche Ausdrucksmöglichkeiten des Bewertens (Perspektive 1) in den Texten der einzelnen Zeitungen berücksichtigt. Bewertungen, die in den Texten im Rahmen von textstilistischen Handlungsmustern[2] vollzogen werden, stellen die Grundlage für

---

1 Genauer zu den sprachlichen Bewertungsmitteln (und ihren Klassifikationen) s. etwa SANDIG (1979); BAYER (1982); PUZYNINA (1992) und (2004); STÜRMER u. a. (1997); MIKOŁAJCZYK (2004).

2 Unter dem textstilistischen Handlungsmuster verstehen wir mit SANDIG (2006, 147) stilrelevante Teilhandlungstypen für Texte wie Bewerten, Emotionalisieren, Ästhetisieren, Komisieren u. a. Sie werden in verschiedenen

die Ausführung von kommunikativen Handlungen dar und setzen sich weiter aus speziellen Bewertungshandlungstypen zusammen, wie z. B. Kritisieren, Loben, Freude äußern über etc. Wie bei jeder Textsorte – auch im Fall eines Kommentars – steht außerdem eine große Palette stilistischer Merkmale (sprachlicher Mittel) zur Verfügung, aus denen, bedingt durch verschiedene Faktoren für die konkrete Realisierung eines Textes, jeweils ein Merkmalsbündel ausgewählt wird, das auf eine Interpretation hinweist (vgl. SANDIG 2006, 147).

Darüber hinaus ist mit RAMGE (1994) hervorzuheben, dass in Zeitungskommentaren auf zweierlei Weise bewertet wird: a) explizit durch das Kommentieren selbst mit seinen Bestandteilen Thematisieren und Bewerten oder Deuten, und b) durch „gutes" Schreiben, durch einen „gekonnten, anspruchsvollen Text" (RAMGE 1994, 111 f.) – „sekundäres Bewerten" (ebd., 111–113); es handelt sich somit um den jeweiligen Stil des Textautors (vgl. RAMGE/SCHUSTER 1999).

In diesem Sinne ist in den analysierten Kommentartexten zu überprüfen, welche Möglichkeiten des Bewertens genutzt werden. Außerdem interessiert uns der Vergleich der wertenden Mittel in einzelnen Zeitungen, um zu sehen, ob bestimmte Tendenzen dominieren, welche Differenzen und Ähnlichkeiten festzustellen sind und ob sich autorenspezifische Züge in den Bewertungen manifestieren.

3. Analyse der Kommentartexte

Im Folgenden wird kurz das Korpus der untersuchten Zeitungen charakterisiert und die Analyse nach den ausgewählten Kriterien durchgeführt.

Texten genutzt und entfalten ihr Potenzial erst im jeweiligen textuellen Rahmen mit dem Einsatz von variablen Elementen bzw. Verfahren, die für ihr Ausdrücken zur Verfügung stehen, relativ zum Thema und im Rahmen der übrigen kommunikativen Gegebenheiten.

3.1 Korpus

Das Korpus umfasst Kommentare zu gesellschaftlichen Themen aus polnischen Tageszeitungen im Zeitraum vom 11. bis 24.03.2013. Die analysierten Texte stammen aus vier überregionalen Tageszeitungen: *Gazeta Wyborcza*, *Rzeczpospolita* (Qualitätszeitungen), *Gazeta Prawna* (Wirtschaftszeitung), *Fakt* (Boulevardzeitung). Darüber hinaus werden drei regionale Tageszeitungen (*Dziennik Bałtycki*, *Dziennik Łódzki*, *Dziennik Zachodni*) und zwei lokale Tageszeitungen (*Nowiny* und *Supernowości*) untersucht.

Mit den im Titel des Beitrags thematisierten gesellschaftlichen Themen meinen wir Fragen, die das Leben der Bürger betreffen, das von Entscheidungen der Regierung und Lokalbehörden geprägt ist.

In der Analyse wurden nur Kommentare im engeren Sinn berücksichtigt, andere kommentierende Beiträge wurden außer Acht gelassen.[3]

Tageszeitung[4]	Anzahl	Thematik
Überregionale Tageszeitungen		
Gazeta Wyborcza	19	Generationsunterschiede, internationale Hilfe, Videoüberwachung, Religion, Gleichberechtigung, Schule, Gewerkschaft, Kinder, Gerichtswesen, Verschiedenes
Rzeczpospolita	15	Familienprobleme, Genderfragen, Steuer, Toleranz, Bildung, Arbeitslosigkeit, Religion
Gazeta Prawna (Wirtschaftszeitung)	4	Bildungsreform, Probleme mit dem Verkehrswesen, Gesundheitswesen, Gewerkschaften

3 Näheres dazu s. MAC/SZWED (2016, 203–206).

4 Im weiteren Teil des Beitrags werden folgende Abkürzungen für die Tageszeitungen verwendet: *Gazeta Wyborcza* – GW, *Rzeczpospolita* – RP, *Gazeta Prawna* – GP, *Fakt* – F, *Dziennik Bałtycki* – DzB, *Dziennik Łódzki* – DzŁ, *Dziennik Zachodni* – DzZ, *Nowiny* – N, *Supernowości* – SN.

Fakt (Boulevardzeitung)	14	Arbeitslosigkeit/Gewerkschaft, Gerichtswesen, Verwaltung, Kinder, Steuer, Lebensart, Verschiedenes
Regionale Tageszeitungen		
Dziennik Bałtycki	5	Solidarność, Kinder, Fremdenfeindlichkeit, Gerichtswesen
Dziennik Łódzki	7	Kinder, Gerichtswesen, Religion, Verschiedenes
Dziennik Zachodni	5	Landwirtschaft und Probleme der Dorfbewohner, Popularisierung der Wissenschaft, Religion, Hobby, Internetkriminalität
Lokale Tageszeitungen		
Nowiny	2	Wetter, Lokales, Rechts- und Staatssystem vs. Bürger
Supernowości	8	Arbeit, Arbeitslosigkeit, Lokales, Internetbetrug, Gesundheitswesen, Religion, Homophobie

Tab. 1: Kommentare zu gesellschaftlichen Themen in den untersuchten polnischen Tageszeitungen (Zeitraum vom 11. bis 24.03.2013).

3.2 Analyse

In der Analyse wollen wir uns einigen für Kommentartexte relevanten Fragen zuwenden, der Thematik der Kommentartexte, ihren Überschriften und der Texteinleitung; anschließend wenden wir uns unserem Hauptthema, d. h. den sprachlichen Mitteln der Bewertung zu; in denjenigen Texten, in denen sich Bewertungshandlungen in einer gesamten Textpassage manifestieren, wird dies deutlich gemacht.

3.2.1 Thematik der Kommentartexte

Die meisten Kommentare haben kontroverse Sachverhalte zum Thema, womit Bewertungen eng zusammenhängen. Es wird in den analysierten

Kommentartexten meistens kritisiert, unabhängig von der Art der Tageszeitung. Dementsprechend dominiert die Sprachhandlung KRITISIEREN. In fast allen Kommentaren beherrschen die negativen Bewertungen den Gesamttext. Sie werden mit Begründungen bzw. Argumentationen durchsetzt. In allen Arten der Tageszeitungen kommen breit angelegte gesellschaftliche Themen vor, bis auf vereinzelte Beispiele in lokalen Zeitungen:

(1) Zawalił nas śnieg, zawalili drogowcy [‘Eingeschneit, ohne Hilfe des Schneedienstes’; im Polnischen ein Wortspiel, das auf Homonymie gründet] (N 18.03.2013)

(2) Niech pomysły prezydenta pozostaną w sferze marzeń [‘Mögen die Ideen des Bürgermeisters Träume bleiben’] (SN 14.03.2013)

In Bezug auf die Thematik in den überregionalen Tageszeitungen ist zu bemerken, dass GW Themen wählt, die gegen rechtsorientierte politische und soziale Anschauungen gerichtet sind, RP dagegen rechtsorientiert ist:

(3) Czy sąd poturbuje rodzinę? [‘Wird das Gericht die Familie beschädigen?’]: Rodzina jest chroniona konstytucją. [‘Die Familie ist durch die Verfassung geschützt.’] (RP 11.03.2013)

(4) Konserwatywny szacunek do człowieka [‘Konservative Achtung dem Menschen gegenüber’]: […] wszystkie sondaże dowodzą, że jesteśmy zdecydowanie konserwatywnym społeczeństwem. [‘[…] alle Umfragen weisen nach, dass wir eine eindeutig konservative Gesellschaft sind.’] (RP 11.03.2013)

3.2.2 Überschriften

Bewertungen treten ebenfalls in den meisten Überschriften zutage (sowohl in Obertiteln als auch in den Haupttiteln). Es handelt sich dabei meistens um negativ wertende Substantive, Adjektive und Verben/Prädikatsteile:

(5) Zaufanie ofiarą kamery ['Vertrauen Opfer der Videoüberwachung'] – Obertitel (GW 13.03.2013)

(6) Zirytowani pracodawcy, zirytowani związkowcy ['Irritierte Arbeitgeber, irritierte Gewerkschaftler'] (GW 20.03.2013)

(7) Rządowe rewolucje wymagają ofiar ['Regierungsrevolutionen fordern Opfer'] (RP 18.03.2013)

(8) Państwo, które demoralizuje ['Der Staat, der demoralisiert'] (RP 20.03.2013)

(9) Nieprzyjazna ordynacja ['Eine unfreundliche Steuerordnung'] (GP 12.03.2013)

(10) Co martwi polskich sędziów ['Was bereitet den polnischen Richtern Sorgen?'] (F 11.03.2013)

(11) W Polsce premie dostaje się za złą pracę ['In Polen werden Prämien für schlechte Arbeit verliehen'] (SN 12.03.2013)

(12) Tyran nieodpowiedzialny ['Unverantwortlicher Tyrann'] (N 15.−17.03.2013)

Vereinzelt kommt auch Ironie als wertendes Mittel in den Überschriften vor:

(13) Naszych weterynarzy atakuje wirus beztroski ['Unsere Tierärzte werden vom Virus der Sorglosigkeit attackiert'] (DzZ 11.03.2013)

Es gibt aber auch solche Überschriften, die trotz der kritischen Prägung der Texte neutral formuliert sind:

(14) Jedzcie ciastka ['Esst Kekse'] (DzŁ 11.03.2013)

(15) Myślimy racjonalnie ['Wir denken vernünftig'] (DzŁ 11.03.2013)

(16) Co minister polityk może nakazać sędziemu? ['Was kann der Minister dem Richter vorschreiben?'] (DzB 21.03.2013)

(17) Spajanie, spawanie i inne praktyki z technikum [‘Verbinden, zusammenschweißen und andere Verfahren aus der technischen Fachoberschule’] (DzZ 13.03.2013)

Sie gewinnen erst im Textganzen an Bedeutung, wo sich im Hinblick auf das in ihm Dargestellte ihr Bedeutungspotenzial entfaltet.

3.2.3 Texteinleitungen

In der Texteinleitung (in dem ersten Abschnitt des Textes) wird meistens sowohl das Problem (ein Ereignis, ein Prozess etc.) dargestellt als auch zugleich der zentrale Wertungsakzent betont. Es handelt sich fast ausschließlich um die Sprachhandlung KRITISIEREN, wie die folgenden Beispiele aus verschiedenen Tageszeitungen zeigen:

(18) Obertitel: Zaufanie ofiarą kamery [‘Vertrauen – Opfer der Videoüberwachung’], Titel: „Nie podglądajmy się“ [‘Wir sollen einander nicht beobachten’]: „Wszechobecne kamery, mikrofony i podsłuchy nie rozwiązują żadnego problemu – podsycają tylko wzajemną nieufność.“ [‘Überall anzutreffende Fernsehkameras, Mikrophone und Abhöranlagen lösen kein Problem – sie erregen nur gegenseitiges Misstrauen.’] (GW 13.03.2013)

(19) Czy prezydent zrozumiał papieża? [‘Hat der Präsident den Papst verstanden?’]: Nie żałuję pieniędzy na nagrody urzędnikom. Cholera mnie jednak bierze, gdy słyszę, że im się należą z samego faktu, że są. Nie muszą robić nic ponad swój obowiązek. [‘Ich gönne den Beamten eine zusätzliche finanzielle Belohnung. Ich bekomme aber einen Wutanfall, wenn ich höre, dass die es sich nur deswegen verdient haben, dass es sie gibt. Sie brauchen sich bei ihren täglichen Verpflichtungen nicht zu überanstrengen.’] (F 20.03.2013)

(20) Państwo, które demoralizuje. [‘Der Staat, der demoralisiert’]: Obecny system wspierania bezrobotnych to bardzo kosztowny inkubator pielęgnacji szarej strefy. Oraz narzędzie demoralizacji. [‘Das jetzige System der Unterstützung von Arbeitslosen stellt einen kostspieligen Inkubator zur Förderung einer wirtschaftlichen

Grauzone dar. Auch das Mittel der Demoralisierung.’] (RP 20.03.2013)

(21) Spełniona obietnica Donalda Tuska. [‘Das erfüllte Versprechen von Donald Tusk’]: Zamiast cieszyć się, że urlopy rodzicielskie będą dwa razy dłuższe, my szukamy dziury w całym, czyli w kalendarzu. [‘Statt sich darüber zu freuen, dass die Elternzeit doppelt so lang sein wird, versuchen wir ein Haar in der Suppe zu finden, d. h. im Kalender.’] (F 18.03.2013)

Manchmal wird der Inhalt des einführenden Abschnitts (1) (Sprachhandlung: LOBEN) mit dem Haupttext (2) des Kommentars kontrastiert und dann im Abschlussteil (3) kritisch pointiert (s. die einzelnen Teile 1, 2 und 3 in dem folgenden Beispiel):

(22) Niech władza zadba o szynkę
(1) Polska żywność miała być jednym z naszych największych atutów, gdy wchodziliśmy do UE. I tak się stało. […] (2) Jednak jak można było przewidzieć, od czasu do czasu pojawiają się afery, np. solna, czy rozmaite rodzaje afer mięsnych, jak choćby ujawniony ostatnio przez dziennikarzy TVN „recykling” przeterminowanego mięsa w firmie Viola. […] (3) Tyle że takie postępowanie szkodzi nie tylko konsumentom, lecz także branży jako całości. Wizerunek Polski jako kraju, który dzięki swoim cywilizacyjnym zapóźnieniom jest oazą zdrowej żywności, może zastąpić wizja kraju, który robi wszystko, aby upchnąć złej jakości towar za wszelką cenę. […]

[‘Die Regierung solle sich um den Räucherschinken kümmern’
(1) ‘Die polnischen Lebensmittel sollten zu unseren größten Stärken gehören, als wir der EU beitraten. Und so geschah es auch. […] (2) Aber wie man es auch voraussehen konnte, tauchen von Zeit zu Zeit Affären auf, wie z. B. die Salzaffäre, oder verschiedene Arten Fleischaffären, wie etwa das von den Journalisten der TVN-Fernsehsendung vor kurzem aufgedeckte „Recycling“ des Fleisches mit überschrittenem Haltbarkeitsdatum in der Firma Viola. […] (3) Solch ein Vorgehen schadet aber nicht nur den Konsumenten, sondern auch der Branche selbst als Ganzes. Das Image Polens als ein

Land, das dank seines zivilisatorischen Rückstands eine Oase der gesunden Lebensmittel ist, kann sich zum Image eines Landes wandeln, das alles macht, um eine schlechte Ware um jeden Preis zu verschachern.']

3.2.4 Bewertende Spachhandlungen und sprachliche Ausdrucksmittel des Bewertens

Die sprachlichen Ausdrucksmittel des Bewertens werden in den ausgewählten polnischen Tageszeitungen getrennt nach der Art der Zeitungen besprochen, weil die Zeitungstypen größtenteils Gemeinsamkeiten aufweisen.

a) Überregionale Qualitätstageszeitungen: *Gazeta Wyborcza* und *Rzeczpospolita*

Die Kommentartexte in GW werden von ziemlich vielen Journalisten geschrieben, fast jeden Tag kommentiert ein anderer, deshalb differiert auch ihr Aufbau und ihr Bewertungsinventar. Sie beginnen meistens mit einer These (oft in Verbindung mit der ersten Bewertung), dann kommen abwechselnd Bewertungen und Begründungen bzw. Rechtfertigungen vor. Ihre Anzahl variiert in den einzelnen Texten. Die Kommentare enden mit einer Konklusion. Die Länge der Kommentare variiert zwischen 300 und 650 Wörtern.

Es lassen sich aber auch Kommentare identifizieren, die kürzer sind (Texte in GW von dem Journalisten Jan Turnau umfassen immer 130 bis 200 Wörter, von Michał Ogórek um 150). Vor allem die kurzen Kommentare von Jan Turnau beinhalten recht viele Bewertungen. Die erwähnten Autoren sind wichtige Vertreter der polnischen journalistischen Kultur, was sich in der Originalität ihrer polemischen und satirischen Texte widerspiegelt. In den Kommentartexten von Ogórek wird mit relevanten gesellschaftlichen Fragen kritisch umgegangen. Die Wertungen manifestieren sich nicht in Einzelwörtern, sondern sind durch Ironie geprägt, die den gesamten Text beherrscht.

Es lassen sich insgesamt in der analysierten überregionalen Qualitätstageszeitung GW keine auffallenden sprachlichen Mittel der Bewer-

tung finden. Vielmehr ist es die Strategie, das Textganze polemisch zu gestalten. So kann von einem gemeinsamen charakteristischen Zug in den analysierten Kommentaren gesprochen werden, der sich nicht so deutlich in einzelnen bewertenden sprachlichen Mitteln, sondern in der Handlungsstruktur der Kommentartexte manifestiert. In ihnen wird oft eine als rückschrittlich bzw. konservativ eingestufte gesellschaftliche Stellungnahme/Position präsentiert (einer bestimmten gesellschaftlichen Gruppe, manchmal der Mehrheit der Gesellschaft), der die vom Autor vertretene Auffassung gegenübergestellt wird. Manchmal wird ein „Rezept" angegeben, wie das thematisierte Problem zu lösen sei. Die Schilderung der Lage enthält ganz gewöhnliche Bewertungsmittel (pejorativ gefärbte Lexeme bzw. Wortgruppen oder sogar ganze Sätze), beispielsweise:

(23) Nie tylko e-sąd jest kłopotem [‘Nicht nur ein E-Gericht bereitet Probleme’]: „ofiarom" tej procedury [‘den „Opfern" der Prozedur’]; największym problemem jest […] [‘das größte Problem ist’]. (GW 24.03.2013)

Am Schluss des Kommentartextes wird die erwähnte Lösung des Problems genannt, wobei das Verb *sollen* zur Anwendung gelangt:

(24) I najważniejsze – […] zmiany […] powinny być uniwersalne […], nie powinny [‘Und das Wichtigste – die Änderungen … sollen universal sein, sie sollen nicht …’] (GW 24.03.2013)

(25) Kto ateizuje Polskę? [‘Wer atheisiert Polen?’]: Telewizja publiczna przeprosiła. Za mało. Powinna przeprosić też za informacje […] [‘Das öffentliche Fernsehen hat sich entschuldigt. Es ist wohl zu wenig. Es hätte sich auch für die Informationen entschuldigen sollen …’] (GW 13.03.2013)

In diesen Fällen wird darauf abgezielt, die negativ gekennzeichnete Lage deutlich zu machen oder sie zu kritisieren.

Eine andere Strategie ist, ein Fazit darzubieten, in dem die im Haupttext als negativ markierte Diagnose auch als negativ präsentiert wird, so dass nach dem Autor/der Autorin keine angemessene Lösung in Sicht steht:

(26) Rewolucji nie będzie [‘Eine Revolution findet nicht statt’]: Ale rewolucji nie będzie… [‘Aber eine Revolution findet nicht statt …’] (wörtliche Wiederholung des Titels) (GW 13.03.2013)

Das Wort *Revolution* wird hier als positiver Wandel verstanden. Die Bewertung drückt sich jedoch nicht im Vorkommen von einzelnen sprachlichen Mitteln aus, sondern in der Charakterisierung der Sachlage mit positiven oder scheinbar positiven Ereignissen/Fakten, die als Gegengewicht zu den negativen fungieren, insgesamt jedoch keine positive Bilanz ergeben.

Es finden sich vereinzelt auch spezifische Strategien der Bewertung, die als autorenspezifisch anzusehen sind. Als Beispiel soll hier der gleiche Beitrag von Magdalena Środa (GW 13.03.2013; „Rewolucji nie będzie“ [‘Eine Revolution findet nicht statt’]), einer Philosophin und Ethikerin, dienen, in dem wir einen ganzen Absatz mit Aufzählungen finden, der ironische, auf das gesellschaftliche Leben bezogene Aussagen enthält. Er wird durch eine Frage eingeleitet: „Jakie inne normy obyczajowości wyznaje większość?“ [‘Welche anderen Normen der Sittlichkeit gelten für die Mehrheit?’]. Hier eine kleine Passage, die im polnischen Original durch einen grammatischen Parallelismus geprägt ist: „[…] że nowoczesna sztuka jest szkodliwa i państwo nie powinno jej dotować, że czytanie książek jest bezsensowne […]“ [‘dass die moderne Kunst schädlich sei und der Staat sie nicht finanzieren sollte, dass es unsinnig sei, Bücher zu lesen …’].

Ähnlich sieht die Situation in der zweitgrößten Tageszeitung Polens RP aus. Obwohl die Kommentare auch von unterschiedlichen Autoren geschrieben werden, gibt es keine von besonderem „Stil“ wie die von Jan Turnau und Michał Ogórek in GW, es kommen dagegen mehr Karikaturen vor. In den Kommentartexten werden ganz usuelle sprachliche Mittel der Bewertung (Einzellexeme und Wortgruppen) verwendet, vereinzelt findet sich ein Sprichwort in der Initialpassage des Textes: „Kto wiatr sieje, ten zbiera burzę“ [‘Wer Wind sät, wird Sturm ernten.’] (RP 12.03.2013). In wenigen Texten kann man darüber hinaus umgangssprachliche Ausdrücke finden, wie „ksenofobiczne oszołomy“ [‘fremdenfeindliche Hitzköpfe’] (RP 11.03.2013), „dokręcnie podatkowej

śruby“ [‘Drehen an der Steuerschraube’] (RP 20.03.2013), „kasa“ [‘Kohle’[5]] (RP 20.03.2013), „wydawanie kasy“ [‘Ausgeben von Kohle’] (RP 20.03.2013).

b) Boulevardpresse: *Fakt*

Die analysierten Kommentare in der Boulevardzeitung F sind durch Kürze geprägt. Sie werden mit einer zentralen These (meistens mit Bewertung) eingeleitet, der sich eine Begründung anschließt. Dann kommen eine oder mehrere Bewertungen vor, die jedes Mal begründet bzw. gerechtfertigt werden. Sie enden mit einer Konklusion.

Im Allgemeinen lässt sich festhalten, dass die Texte viele explizite Bewertungsmittel enthalten (es wird direkt Kritisches geäußert):

– Phraseologismen

(27) Co martwi polskich sędziów [‘Was bereitet den polnischen Richtern Sorgen’]: „gołym okiem widać“ [‘mit bloßem Auge wahrnehmbar’] (F 11.03.2013)

– Unbeantwortete Fragen

(28) Zima wasza, wiosna ... też wasza! [‘Der Winter gehört euch ... der Frühling auch!’] (F 11.03.2013)

Der ganze Kommentar (bis auf die Einleitung und einige wenige Sätze) besteht aus unbeantwortet bleibenden Fragen. Es handelt sich dabei um heikle Fragen, die meist eine negative Bewertung der Sachlage enthalten, z. B. „Może mu wystarczy, że znowu wda się w pyskówkę z liderem opozycji i będzie udowadniać swą przewagę? Nie, nie w dyscyplinie ‚strategia wyjścia z kryzysu‘, ale w sprawach, które obchodzą nas jak zeszłoroczny śnieg?“ [‘Vielleicht reicht es ihm, wenn er sich auf einen Krakeel mit dem Oppositionsführer einlässt und versucht seine Überlegenheit zu beweisen? Nein, nicht in der Disziplin ‚Strategien des Bewältigens einer Krise‘, aber in den

5 Im Polnischen ist *kasa* in diesem Kontext eine umgangssprachliche Bezeichnung für Geld.

Angelegenheiten, die uns so wie der Schnee von gestern interessieren?'], „Może znów będzie się chwalić, że gdyby dalej rządził, żylibyśmy już w raju?" ['Vielleicht wird er wieder damit prahlen, dass wir, wenn er weiter regieren würde, schon im Paradies leben würden?']. Der Titel des Kommentars ist darüber hinaus eine intertextuelle Anspielung auf einen politisch gefärbten Spruch mit einer Modifizierung; der Spruch *Zima wasza, wiosna nasza!* ['Der Winter gehört euch, der Frühling uns!'] wurde in Demonstrationen nach der Verhängung des Kriegsrechtes in Polen 1981 von der Opposition verwendet;

– Umgangssprache

(29) ogromna dziura, ziejąca w ZUS-ie ['riesiges Loch, das in ZUS (polnische Sozialversicherungsgesellschaft) klafft'].
(F 11.03.2013)

Das Bewerten wird manchmal auch von Ironie begleitet, wie z. B.:

(30) Polscy sędziowie nie cieszą się wielkim szacunkiem, ale – trzeba przyznać – pracują na to naprawdę ciężko. Swoją reakcją na dramat krakowskiej rodziny upewnili mnie, że nie warto ich bronić w żadnej sytuacji. W swoim zadufaniu i pysze nie dostrzegli, że w tym momencie lepiej zrobią, przynajmniej milcząc. ['Polnische Richter erfreuen sich keiner großen Wertschätzung, aber – das muss zugegeben werden – sie arbeiten dafür sehr hart. Ihre Reaktion auf das Drama der Krakauer Familie hat mich davon überzeugt, dass es sich nicht lohnt, sie überhaupt zu verteidigen. In ihrer Selbstüberschätzung und ihrem Hochmut haben sie nicht bemerkt, dass in diesem Moment Schweigen die bessere Alternative gewesen wäre.'] (F 11.03.2013)

c) Wirtschaftszeitung: *Gazeta Prawna*

Die Kommentare in der analysierten Wirtschaftszeitung zeigen einen anspruchsvollen Sprachgebrauch und vielfältige Bewertungsstrategien, zu denen u. a. folgende gehören:

– Originalität durch Polarität (Delimitation/Rahmen gebildet durch den Titel und Schlussabsatz)

(31) Solidarność przez małe s [‘Solidarität mit einem kleinen s’] (GP 14.03.2013)

Die Bewertung kommt schon im Titel vor und ist auf den ersten Blick als eine negative Bewertung einzuschätzen, der Schluss zeigt jedoch, dass es im Grunde genommen in einem kleineren Rahmen um eine positive Bewertung geht. So entfaltet die komplexe Bewertung ihr Potenzial erst im jeweiligen textuellen Rahmen.

– polemische Züge: Es werden die Folgen eines jeweiligen Ausschnitts der sozialen Wirklichkeit etwa für den Bürger, für die Wirtschaft vorausgesetzt, diskutiert und bewertet.
– Ironie und Humor

(32) Niech władza zadba o szynkę [‘Die Regierung sollte sich um den Räucherschinken kümmern’] (GP 12.03.2013)

– Gebrauch von Fragen, die den gesamten Absatz regieren

(33) Zmienić kasy albo przepisy [‘Kassen oder Vorschriften sind zu ändern’] (GP 20.03.2013)

Auch in dieser Tageszeitung werden in den Kommentaren Fragen gestellt, auf die es keine Antworten gibt. Es handelt sich ebenfalls um brisante Fragen, die meist eine negative Bewertung der Sachlage enthalten. In dem zitierten Kommentar kommt noch zusätzlich im Schlusssatz eines Absatzes eine Verstärkung hinzu: Industrievertreter kennen keine Antwort auf diese Fragen.

Weitere sprachliche Mittel:

– Umgangssprache

(34) rodem z ponurej komuny [‘Lösungen, die an die Zeit des düsteren Kommunismus erinnern’] (GP 14.03.2013)

– Archaismen

(35) ciemiężona grupa zawodowa [‘eine unterdrückte Berufsgruppe’]; wieść [‘Botschaft’ – ein teilweise archaischer Ausdruck, der in einem Presseartikel auffallend wirkt] (GP 14.03.2013)

Die Syntax ist durch kurze Sätze oder Satzäquivalente geprägt, die an die gesprochene Sprache erinnern.

Daneben fällt der Gebrauch eines elaborierten Kodes auf, der die Verwendung von Fremdwörtern und Metaphern einschließt, z. B.:

(36) Polska łóżkami stoi [‘Polen stützt sich auf Betten’] (GP 20.03.2013)

Der verblüffende Titel wird zum Anlass einer Kritik des polnischen Gesundheitswesens, die in ihm thematisierte Sachlage, die eine positive Bewertung enthält, wird aber umgepolt, woraus sich eine negative Bewertung ergibt. Genannt werden Absurditäten (die Bezeichnung kommt explizit im Text vor: „zdrowotny absurd“ [‘gesundheitliche Absurdität’]). Dabei werden einige Tatsachen mit einer negativen Bewertung aufgezählt, denen eine metaphorische Bezeichnung „kolos na glinianych nogach“ [‘Der Koloss auf tönernen Füßen’] vorangeht.

(37) Niech władza zadba o szynkę [‘Die Regierung sollte sich um den Räucherschinken kümmern’] (GP 12.03.2013)

Die Verneinung des Positiven wird bereits im Initialabsatz angedeutet, in dem Sinne, dass hier die positive Bewertung einer Sachlage als etwas Irreales dargestellt wird, obwohl die reale Situation im Prinzip als positiv gelten könnte. Im folgenden Teil werden einzelne Skandale angeführt und es wird angemerkt, dass sie von Journalisten bekannt gemacht wurden. Weitere Tatsachen: Die Behörde bleibt passiv, um den Herstellern der Nahrungsmittel nicht zu schaden. Eine Ironisierung tritt bei der Charakteristik dieser Haltung zutage – es ist eine intertextuelle Anknüpfung an ein scherzhaftes Lied (eine Strophe wird zitiert) von dem bekannten polnischen Sänger und Satiriker Wojciech Młynarski in einem umgangssprachlichen Ton.

d) Regionale Tageszeitungen: *Dziennik Bałtycki*, *Dziennik Łódzki* und *Dziennik Zachodni*

In den Kommentaren der Regionalzeitungen werden kontroverse Ereignisse/Prozesse auf Landesebene zum Ausgangspunkt einer Diskussion gemacht, die der Autor des jeweiligen Textes führt. Am Anfang der Kommentare steht die zentrale These (oft plus Bewertung). Ihr folgen weitere Bewertungen, die mit Begründungen und Rechtfertigungen gestützt werden. Die Kommentare enden meistens mit einer bewertenden Konklusion. Die Hauptfunktion der Kommentartexte lässt sich meistens als bewertend (manchmal stark bewertend) einordnen.

In Bezug auf die sprachliche Ausgestaltung der Kommentare lässt sich festhalten, dass der Stil der einzelnen Texte von dem jeweiligen Autor abhängt. Es lassen sich zwar auch Gemeinsamkeiten zwischen den Kommentaren unterschiedlicher Journalisten feststellen, d. h. sprachliche Mittel, die in den Texten mehrerer Autoren vertreten sind, aber es gibt oft bestimmte charakteristische Merkmale, die mit einer größeren Frequenz in den Texten konkreter Personen vorkommen. So ist der Gebrauch von wertenden Ausdrücken oft von dem Individualstil des jeweiligen Autors abhängig.

Es lässt sich etwa in den Kommentaren der Regionalzeitung DzŁ, die von Jerzy Witaszczyk geschrieben werden, eine gehäufte Verwendung von Ironie, die für negative Bewertungen konstitutiv ist, feststellen, z. B.

(38) Myślimy racjonalnie [‘Wir denken vernünftig’] (DzŁ 18.03.2013)

(39) Po tym jak rząd pożyczył LOT-owi 400 milionów na wieczne nieoddanie […]. [‘Nachdem die Regierung der polnischen Fluggesellschaft LOT 400 Millionen auf Nimmerwiedersehen geliehen hat […].’] (DzŁ 18.03.2013)

(40) Narodowy przewoźnik generuje straty, chociaż od lat jest zarządzany przez najlepszych fachowców, jakich wśród krewnych i przyjaciół mają politycy. (Ironie + Kontrastierung) [‘Die nationale Fluggesellschaft macht Verluste, obwohl sie seit Jahren von den

besten Fachleuten geleitet wird, die es unter den Verwandten und Freunden der Politiker gibt.'] (DzŁ 18.03.2013)

(41) Ostatnio za sukces na światową skalę, jakim było przekształcenie Stadionu Narodowego w Narodowy Basen, ministra Mucha dała obu prezesom ledwie po 1,3 miliona złotych premii. W perspektywie kroi się kolejny sukces: przekształcenie Narodowego w Narodową Skocznię Narciarską. Czy za te marne grosze prezes podejmie ambitne wyzwanie? ['Neulich verlieh die Ministerin Mucha für den Welterfolg, für den man die Umwandlung des Nationalstadions ins Nationalschwimmbad hält, den beiden Vorstandsvorsitzenden gerade mal 1,3 Millionen Zloty Prämie. In Aussicht steht der weitere Erfolg: die Umwandlung des Nationalstadions in die nationale Skisprungschanze. Es bleibt aber nur die Frage, ob der Vorstandsvorsitzende für dieses kümmerliche Gehalt die anspruchsvolle Herausforderung annimmt?'] (DzŁ 18.03.2013)

(42) To poważna sprawa – jak prezydium nie da sobie nagród, to umrą najbiedniejsi […]. ['Das ist eine ernsthafte Angelegenheit – wenn dem Präsidium keine Preise verliehen werden, dann werden die Ärmsten sterben […].'] (DzŁ 18.03.2013)

Erwähnenswert sind auch Kommentartexte von Jacek Drost aus der Regionalzeitung DzZ, die sich durch eine große Frequenz von Bewertungen auszeichnen. Die Bewertungen werden dabei durch verschiedene abwechslungsreiche rhetorische Mittel ausgedrückt, wodurch ihre Aussagekraft gesteigert wird und sie überzeugender wirken. Exemplarisch seien im Folgenden Beispiele für Ausdrucksmittel des Bewertens aus dem Kommentar vom 11.03.2013 angeführt:

– Umgangssprache:

(43) Pal licho, że ja (i ten nieszczęsny góral z Żywiecczyzny) do końca tego nie wiemy. ['Zum Teufel, dass ich (und dieser unglückselige Bergbewohner aus dem Żywiec-Gebiet) das nicht so recht wissen.']

(44) Plotą więc tylko na prawo i lewo banały w stylu, że […]. ['Sie reden also um sich herum dummes Zeug in dem Stil, dass …']

(45) sprawa jest prosta jak budowa cepa [‘die Sache ist so einfach wie der Bau eines Dreschflegels’]

(46) Komisja Europejska […] przyklepuje momentami tyle absurdalnych przepisów, że aż trudno je zliczyć […]. [‘die Europäische Kommission […] erlässt manchmal so viele absurde Vorschriften, dass es schwierig ist, sie zusammenzuzählen […].’]

– Anhäufung von Fragen (die Markierung einer ‚persönlichen‘ Einstellung des Journalisten, formuliert in der 1. Person mit umgangssprachlicher Lexik):

(47) Przesadzam? Straszę? Panikuję? [‘Übertreibe ich? Will ich die anderen erschrecken? Gerate ich in Panik?’]

– Viele stark wertende Adjektive:

(48) tajemniczy wirus [‘der geheime Virus’]

(49) zadziwiająco-przerażajaca beztroska [‘verblüffend-erschreckende Sorglosigkeit’]

(50) przerażające deformacje [‘erschreckende Deformation’]

(51) najwyższy stopień zagrożenia [‘die höchste Warnstufe’]

– Vergleiche:

(52) Sytuacja niewesoła, rodem z trillera, przed oczami mimowolnie stają sceny z filmu „Epidemia“ z Dustinem Hoffmanem […]. [‘Eine traurige Situation, der Inbegriff des Thrillers, vor den Augen erscheinen unwillkürlich Szenen aus dem Film „Outbreak – lautlose Killer“ mit Dustin Hoffman […].’]

– Phraseologismen:

(53) GWK pewnie palcem nie kiwnął w tej sprawie […]. [‘Der Landestierarzt rührte sicherlich keinen Finger in dieser Angelegenheit […].’]

In den Kommentaren anderer Autoren der analysierten regionalen Tageszeitungen ist der Stil ausgewogener: Auch wenn bestimmte rhetorische Mittel in der Funktion von Bewertungen eingesetzt werden, ist sowohl ihre Frequenz nicht so groß als auch ihre Art nicht so abwechslungsreich, z. B.:

– Anhäufung von wertenden Passagen (Wiederholung, die die Meinung des Autors zusätzlich verstärkt):

(54) Banałem jest stwierdzenie, że […]. Banałem jest też stwierdzenie, że […]. I banałem jest też fakt, że […]. [‘Eine Banalität ist die Feststellung, dass […]. Eine weitere Banalität ist die Feststellung, dass […]. Und eine Banalität ist die Tatsache, dass […]’] (DzŁ 19.03.2013)

– Phraseologismen

(55) […] ostatnia deska ratunku […] [‘der einzige Rettungsanker/die letzte Hoffnung’] (DzZ 12.03.2013):

– (Stark) wertende Adjektive

(56) […] jest głupie i bezproduktywne […] [‘ist dumm und unproduktiv’] (DzZ 13.03.2013)

e) Lokale Tageszeitungen: *Nowiny* und *Supernowości*

Da insgesamt wenige Kommentare in der lokalen Tagespresse erscheinen, ist demzufolge das Vorkommen von Bewertungsmitteln in ihnen nicht so abwechslungsreich. Die Kommentare werden auch – bis auf Ausnahmen – von denselben Personen geschrieben, daher vertreten sie ebenfalls den gleichen Stil. In den analysierten Texten konnten in den lokalen Tageszeitungen *Nowiny* [N] und *Supernowości* [SN] folgende Strategien identifiziert werden:

– Gebrauch der Umgangssprache:

Der Kommentar (SN 14.03.2013) enthält negatives Bewerten, das den Gesamttext beherrscht (explizites Bewerten erfolgt durch die Verwen-

dung umgangssprachlicher Ausdrücke (*fuszerka* 'Pfusch'), gelegentlich durch Ironie („nasz kochany prezydent" 'unser lieber Bürgermeister').

– Pejorative Ausdrücke:

(57) Tyran nieodpowiedzialny ['Unverantwortlicher Tyrann'] (N 15.−17.03.2013)

(58) [ma] nową idée fixe ['Eine neue fixe Idee'] (in Bezug auf den Bürgermeister) (SN 14.03.2013)

Am Anfang des Textes in SN vom 22.–24.03.2013 erscheint eine Stilisierung mittels Brief-Anredeformen verschiedener Stilschichten: zuerst eine offizielle Anredeform, ihr folgt eine Anrede wie im privaten Bereich und als dritte wie im kirchlichen Hirtenbrief – gehoben und archaisch: „umiłowani" ('geliebte'). Das Bewerten erfolgt durch die Schilderung einer negativen Lage, gelegentlich durch Ironie („nasi zdolni urzędnicy" 'unsere begabten Beamten'); zum Schluss erscheint eine Konklusion, die an einen Witz erinnert.

– Ironisierung:

  Im Kommentar aus N vom 15.–17.03.2013 erfolgt eine implizite Bewertung durch Ironisierung, es werden einige Vorfälle geschildert, denen die Dichotomie staatlich vs. privat zugrunde liegt. Der Schlussabsatz enthält eine allgemeine Schilderung der Sachlage. Jeder Satz beinhaltet eine verallgemeinerte Darstellung der Situation, die auf dieser Dichotomie gründet.

4. Fazit

Die gesellschaftlich ausgerichteten Kommentare in der analysierten Tagespresse haben meistens kontroverse Sachverhalte zum Thema, und daher sind sie auch für das Bewerten als besonders gut prädestiniert einzustufen. In ihnen tritt das Bewerten in folgenden Grundzügen zutage:

– Bewertungen haben ihre prominente Stelle in Überschriften und der Texteinleitung.

- Negative Bewertungen beherrschen den Gesamttext. Sie werden mit Begründungen bzw. Argumentationen durchsetzt. Selten wird eine Gegenposition präsentiert.
- Die Art und Weise, wie bewertet wird, differiert zum Teil nach dem Zeitungstyp.
- Der Gebrauch von wertenden Ausdrücken ist oft von dem Individualstil des jeweiligen Autors abhängig.

Die zwei ersten genannten Grundzüge weisen somit auf die Konvergenzen in der sprachlichen Ausgestaltung der analysierten Kommentartexte in Bezug auf die Vergleichsgröße hin, die zwei weiteren dagegen beziehen sich auf die möglichen Gründe der in ihnen vorkommenden Divergenzen. In Bezug auf die sprachlichen Mittel in ihrer Ausgestaltung lassen sich zwischen den Kommentartexten der differenzierten Typen von Tageszeitungen Unterschiede gerade im Zusammenhang mit dem Zeitungstyp und dem jeweiligen Kommentator feststellen. Es lassen sich zwar keine eindeutig beschreibbaren Kommentartypen oder -muster identifizieren, aber es kann von bestimmten Merkmalsbündeln gesprochen werden, die für die einzelnen Tageszeitungen oder Autoren typisch sind.

Literatur

Bayer, Klaus (1982): Mit Sprache bewerten. In: Praxis Deutsch 53, 15–25.

Fiehler, Reinhard (1990): Kommunikation und Emotion. Theoretische und empirische Untersuchungen zur Rolle von Emotionen in der verbalen Interaktion. Berlin/New York.

Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.) (2016): Persuasionsstile in Europa II. Kommentartexte in den Medienlandschaften europäischer Länder. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 229–231).

Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Mario (Hrsg.) (2012): Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 218–219).

Lüger, Heinz-Helmut (1995): Pressesprache. Tübingen. (Germanistische Arbeitshefte. 28).

Mac, Agnieszka (2012): Bewertungsmittel in deutschen und polnischen Kommentarüberschriften aus kontrastiver Sicht. In: Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Mario (Hrsg.), 323–348.
Mac, Agnieszka/Szwed, Iwona (2016): Zur Besonderheit der polnischen Presselandschaft und zur Stellung des Kommentars in den Tageszeitungen. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 203–228.
Miller, Dorota (2014): Emotionalität und Wertung im Diskurs. Eine kontrastive Analyse deutscher und polnischer Pressetexte zum EU-Beitritt Polens. Frankfurt a. M.
Mikołajczyk, Beata (2004): Sprachliche Mechanismen der Persuasion in der politischen Kommunikation. Dargestellt an polnischen und deutschen Texten zum EU-Beitritt Polens. Frankfurt a. M.
Nowag, Werner/Schalkowski, Edmund (1998): Kommentar und Glosse. Konstanz. (Praktische Journalistik. 33).
Puzynina, Jadwiga (1992): Język wartości. Warszawa.
Puzynina, Jadwiga (2004): Problemy wartościowania w języku i w tekście. In: Etnolingwistyka 16, 179–189.
Ramge, Hans (1994): Auf der Suche nach der Evaluation in Zeitungskommentaren. In: Moilanen, Markku/Tittula, Liisa (Hrsg.): Überredung in der Presse. Texte, Strategien, Analysen. Berlin/New York, 101–120.
Ramge, Hans/Schuster, Britt-Marie (1999): Kommunikative Funktionen des Zeitungskommentars. In: Leonhard, Joachim-Felix/Ludwig, Hans-Werner/Schwarze, Dietrich/Straßner, Erich (Hrsg.): Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. 1. Teilband. Berlin/New York (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. 15.1), 1702–1712.
Sandig, Barbara (1979): Ausdruckmöglichkeiten des Bewertens. Ein Beschreibungsrahmen im Zusammenhang eines fiktionalen Textes. In: Deutsche Sprache 7, 137–159.
Sandig, Barbara (2006): Textstilistik des Deutschen. Berlin.
Stürmer, Anette/Oberhauser, Stephan/Herbig, Albert/Sandig, Barbara (1997): Bewerten und Bewertungsinventar: Modellierung und computergestützte Rekonstruktionsmöglichkeiten. In: Deutsche Sprache 25, 272–288.

Ewa Drewnowska-Vargáné

Politische Kommentare in ungarischen Tageszeitungen und ihre prototypischen Textmuster

Abstract

This contribution focuses on styles of persuasion and rhetorical-stylistic means in 32 commentaries on domestic and foreign political affairs in Hungarian national and local daily newspapers from spring 2013. The selected commentaries form the discourse of analysis, which is made up of three subdiscourses: of a right-wing conservative subdiscourse A, of a left-wing conservative/left-wing liberal subdiscourse B, and of a subdiscourse C to which texts without explicit political orientation belong. The study at hand pursues the following research questions: Do research results allow for the establishment of commentary prototypes, and if so, which are they for the three subdiscourses A–C?

1. Vorüberlegungen

Der Beitrag will gängige Textmuster von politischen Kommentaren in der ungarischen Tagespresse beschreiben, um auf deren Grundlage Kommentarprototypen zu erfassen, die für den untersuchten Teil des ungarischen Pressediskurses im Frühjahr 2013 kennzeichnend waren. Ein besonderes Gewicht kommt dabei Persuasionsstilen zu, wie z. B. ‚reflektierend', ästhetisierend', ‚polarisierend', ‚personalisierend' oder ‚emotionalisierend'. Als empirische Grundlage der Untersuchung dient ein Korpus mit außen- und innenpolitischen Kommentaren (s. Abschnitt 2). Das Korpus besteht zum großen Teil aus Kommentaren zur Zypern-Krise, die bereits unter dem Aspekt des Gebrauchs argumentativer Topoi untersucht worden sind (vgl. Drewnowska-Vargáné 2016a). Sowohl im Hinblick auf die Korpuszusammenstellung als auch auf ihre wichtigsten

Ergebnisse bildet jene kommunikationskulturkontrastiv ausgerichtete Untersuchung einen wichtigen Ausgangspunkt für den vorliegenden Beitrag: Das Korpus der Untersuchung aus dem Jahre 2016 ließ sich im Hinblick auf die politische Ausrichtung in Kommentare eines rechtskonservativen und in die eines linksorientierten/linksliberalen Diskurses unterteilen. Im Resultat des Vergleichs der Kommentare der beiden Teildiskurse habe ich u. a. nachgewiesen, dass im rechtskonservativen Diskurs negativere Bezeichnungen in Bezug auf die Krisenlage und auf das jeweilige politische Gegenüber gebraucht werden als in dem linksorientierten/linksliberalen.[1] Demgegenüber zeigt sich in den linksorientierten/linksliberalen ungarischen Kommentaren eine optimistischere Sichtweise angesichts der Krisenlage, indem von positiven Folgen ausgehend bestimmte Handlungen postuliert werden.[2]

Diese Ergebnisse lassen vermuten, dass sich die Kommentare der beiden Diskurse im Hinblick auf ihre Persuasionsstile[3] – insbesondere in

1 Dies wurde durch das relativ häufige Vorkommen eines sog. ‚Topos des Diebstahls' in den Kommentaren des rechtskonservativen Diskurses belegt (vgl. Drewnowska-Vargáné 2016a, 118–126 und 132–135).

2 Dies wurde mit einem sog. ‚Handlungstopos' in den Kommentaren des linksorientierten/linksliberalen Diskurses nachgewiesen (vgl. Drewnowska-Vargáné 2016a, 132–136).

3 Zu einer Präzisierung und exemplarischen Darstellung der o. g. Persuasionsstile an Kommentaren aus deutscher und französischer Presse vgl. Lüger (2012). Zu Personalisierungen in der Berichterstattung deutscher Boulevardzeitungen vgl. Voss (1999, 76–85), in politischen deutschen und französischen Zeitungskommentaren Lüger (2001; 2008), in französischer, italienischer und deutscher Berichterstattung Held (2005, 335–338; 2003). Zu Emotionalisierungen in Gesprächen vgl. Fiehler (1990), in Leserbriefen der deutschen Regionalpresse Herbig/Sandig (1994), in der Boulevardpresse Voss (1999, 84–88), in Porträts deutscher und französischer Regionalzeitungen Schäfer (2006, 124–130), in deutschen Sachtexten Jahr (2011), in deutscher massenmedialer Krisenberichterstattung Schwarz-Friesel (2013, 222–232), in deutschen Online-Artikeln verschiedener Nachrichtenplattformen Ortner (2014, 374–412).

Textpassagen, die von Personalisierungen und/oder Emotionalisierungen geprägt sind – ebenfalls voneinander unterscheiden.

2. Politische Ausrichtung der Kommentartexte

Das aus Kommentaren von vier überregionalen Zeitungen (*Magyar Hírlap*, *Magyar Nemzet*, *Népszava* und *Népszabadság*) bestehende Korpus der Untersuchung in DREWNOWSKA-VARGÁNÉ (2016a) wurde um 10 Kommentare aus zwei lokalen Zeitungen (*Napló* und *Délmagyarország*) erweitert. Somit setzt sich das Korpus der vorliegenden Untersuchung nunmehr aus 32 Kommentaren aus dem Zeitraum vom 11.–30. März 2013 zusammen. Inhaltlich werden neben der Zypern-Krise auch die Papstwahl und innenpolitische Themen behandelt, hier insbesondere das im Jahre 2013 durch die ungarische Regierung eingeführte Programm der Senkung der Wohnnebenkosten, daneben auch die Modifizierung des Grundgesetzes Ungarns, das Schulwesen, das Rechtswesen und der Umweltschutz.

Die politische Ausrichtung des ‚konkreten' Korpus[4] mit 32 Kommentaren aus dem politischen Diskurs der insgesamt 6 überregionalen und lokalen ungarischen Tageszeitungen aus dem Frühjahr 2013 stellt sich nunmehr folgendermaßen dar (Tabelle 1):

4 Zur Unterscheidung eines imaginären, virtuellen und konkreten Korpus vgl. ausführlicher HERMANNS (1995, 89–90). Zur Anwendung dieser Differenzierung in einer empirischen Diskursanalyse und zur Gleichsetzung des konkreten Korpus mit dem zu untersuchenden Diskurs vgl. DREWNOWSKA-VARGÁNÉ (2015, 52–68).

Gesamt-diskurs (32 Texte)	**Zeitungstitel und Anzahl der Kommentartexte**			
Diskurs A (9 Texte) rechtskonservativ	*Magyar Hírlap* 5	*Magyar Nemzet* 4	–	–
Diskurs B (16 Texte) linksorientiert/ linksliberal	*Népszava* 9	*Népszabadság* 4	*Napló* 1	*Délmagyarország* 2
Diskurs C (7 Texte) keine deklarierte polit. Ausrichtung	–	–	*Napló* 4	*Délmagyarország* 3

Tab. 1: Politische Ausrichtung des ungarischen Gesamtdiskurses.

Das konkrete Korpus betrachte ich als den zu untersuchenden Abschnitt des besagten politischen Diskurses in der Presse Ungarns. Dieser Diskursabschnitt besteht als Gesamtdiskurs der Untersuchung aus drei Teildiskursen: Aus dem rechtskonservativen Teildiskurs A, aus dem linkskonservativen/linksliberalen Teildiskurs B und aus dem Diskurs C, zu dem Texte mit einer nicht deklarierten politischen Ausrichtung gehören.

3. Aspekte des Parallelvergleichs der drei Teildiskurse, Forschungsfragen und methodisches Vorgehen

3.1 Aspekte des Parallelvergleichs der drei Teildiskurse

Dem Vergleich werden ‚Textmuster' der Kommentare aller drei Teildiskurse unterzogen (s. Tabelle 1). Fasst man unter ‚Textmuster' mit BUẞMANN (2002, 689) eine „[t]ypische Konstellation textbildender sprachlicher Mittel" auf, so bedeutet dies, auf die Textsorte Kommentar angewandt, m. E. eine Verbindung von (1) Argumentationsstrategie mit (2)

typischen Textbausteinen und ihrer Reihenfolge sowie mit (3) dem Persuasionsstil und rhetorisch-stilistischen Maßnahmen. Im Mittelpunkt des vorliegenden Beitrags steht, wie bereits eingangs erwähnt, der letztgenannte Vergleichsaspekt, einerseits weil die Argumentation im größten Teil des vorliegenden Korpus mittels Topoi bereits untersucht worden ist (vgl. DREWNOWSKA-VARGÁNÉ 2016a), andererseits weil die Ergebnisse des Vergleichs des vorliegenden Gesamtkorpus gerade unter dem Aspekt des Persuasionsstils und rhetorisch-stilistischer Maßnahmen auf die meisten Unterschiede zwischen den Teildiskursen hindeuten.

Ad (1): ‚Argumentationsstrategie' im Sinne von BRINKER (1986, 137–138) bedeutet das jeweilige argumentative Muster in Bezug auf seine Ausprägung und Realisationsform „als Manifestation eines Handlungsplans zur optimalen Verwirklichung des Handlungsziels". Dieser Auffassung der Argumentationsstrategie entspricht folgende Klassifikation der Argumentationstypen bei NOWAG/SCHALKOWSKI (1998) bzw. SCHALKOWSKI (2011): der Standpunkt-Kommentar, der diskursive Kommentar und der dialektische Kommentar.[5]

Ad (2): ‚Typische Bausteine und ihre Reihenfolge'. Im Hinblick auf die Kommentare der deutschen Presse unterscheidet SCHALKOWSKI (2011, 61–68) folgende typische Bausteine, die ebenfalls HARLE (2012, 316) als die für die Kommentare der ungarischen Presse konstitutiven Elemente betrachtet. Es sind: der dem Kommentar zugrunde liegende Sachverhalt, die These samt der Argumentation und ein Ausblick bzw. eine Konsequenz. In einem Standardschema des Kommentars sieht die Reihenfolge dieser Bausteine so aus: „These, Sachverhalt, Argumentation, Ausblick" (SCHALKOWSKI ebd.; vgl. auch HARLE ebd.).

Bei dieser Übereinstimmung hinsichtlich des Vorhandenseins dieser Bausteine, (die übrigens auch im Vergleich mit weiteren einschlägigen Quellen besteht), befasst sich vorwiegend SCHALKOWSKI (2011) mit weiteren, über das obige Standardschema hinausreichenden Varianten

5 Die obigen drei Argumentationstypen werden bei der Präsentation der Ergebnisse der Untersuchung weiter unten vorgestellt (vgl. Abschnitt 4.1).

der Reihenfolge der Bausteine.[6] Da sich die jeweilige Reihenfolge der Bausteine sowohl auf die Argumentationsstrategie als auch auf den Persuasionsstil in unterschiedlichem Maße auswirken kann, wird sie bei der Untersuchung der Textmuster im vorliegenden Gesamtdiskurs der Kommentare berücksichtigt (vgl. Tabelle 4 und 5, Abschnitt 4.2).

Ad (3): ‚Persuasionsstil und rhetorisch-stilistische Maßnahmen'. Denkt man an die verschiedenen Stilauffassungen in der Entwicklung der deutschsprachigen Stilistik des 20. Jahrhunderts (vgl. PÜSCHEL 2008), so stellt sich ‚Stil' als ein sehr komplexer und heterogener Begriff dar. Für die Belange der vorliegenden Untersuchung erweist sich eine Stilauffassung im Sinne der praxisorientierten sprachpragmatischen Stilistik[7] als am adäquatesten: SANDIG (2006, 2) spricht nicht vom ‚Stil', sondern von ‚Stilen', denn: „Bei Stil geht es immer um unterscheidbare Stile […]." Demnach sind Stile

> variierende Sprachverwendungen und Textgestaltungen, denen relativ zu bestimmten Verwendungszwecken und Verwendungssituationen von den Beteiligten bestimmte sozial und kommunikativ relevante Bedeutungen zukommen. (SANDIG 2006, 2)

Diese Auffassung korrespondiert gut mit LÜGERs Begriff von ‚Persuasionsstilen', welcher besagt, dass „bestimmten textuellen Merkmalen mit Blick auf die Umsetzung einer werbenden Intentionalität eine besondere Funktion zukommen kann." (LÜGER 2012, 74).

Im Ergebnis der vorliegenden Untersuchung konnten die meisten Unterschiede zwischen den Kommentaren der drei Teildiskurse im Hinblick auf folgende vier Persuasionsstile ausgemacht werden: **reflexionsorientiert, personalisierend, emotionalisierend und polarisierend**. An dieser Stelle sei auf sie kurz eingegangen.

Der **reflexionsorientierte** Stil ist – bezogen auf die Textsorte Kommentar – auf eine Beleuchtung der Bedeutung und der Hintergründe des

---

6 Die einzelnen Varianten der Reihenfolge der Bausteine werden bei der Präsentation der Ergebnisse weiter unten im Abschnitt 4.2 behandelt.

7 Vgl. dazu PÜSCHEL (2008, 175): „Zentral für die sprachpragmatische Stilistik ist der Gedanke, dass das Stilistische an einem Text oder einer Sprachhandlung als nach Stilregeln oder -mustern gemacht verstanden wird."

kommentierten Ereignisses bzw. auf eine fundierte Analyse des kommentierten Sachverhaltes ausgerichtet (vgl. LÜGER 2012, 78–80). Dabei sind ästhetisierende Maßnahmen nicht ausgeschlossen, jedoch werden explizite Personalisierungen und Emotionalisierungen gemieden (vgl. dazu Textbeispiel (1), Abschnitt 4.1).

Der **personalisierende** Stil beruht darauf, dass komplexe oder gar unpersönlich und dadurch abstrakt klingende Sachverhalte auf Merkmale und/oder auf Handeln bekannter Personen (schrittweise) reduziert werden. Dabei handelt es sich nicht selten um das Etablieren von Feindbildern der Gegenpartei, um eine Fokussierung auf das Machtpotential der Einzelpolitiker, was ggf. auch mit einer Abbildung von gesellschaftlichen Dichotomien im Text verbunden ist. Deswegen eignen sich Personalisierungen schlechthin auch zur Auslösung von Emotionen beim Rezipienten. Demzufolge kann eine strikte Abgrenzung zwischen personalisierendem und emotionalisierendem Stil kaum erfolgen[8] (vgl. dazu Textbeispiele (2)–(4) im Abschnitt 4.3).

Im Hinblick auf seinen kognitiven Hintergrund und sprachliche Ausdrucksmöglichkeiten erweist sich der **emotionalisierende** Stil als der weitaus komplexeste. Die zentrale Frage besteht darin, was Emotionen – auch im Vergleich zu Gefühlen[9] – sind und wie sie linguistisch untersucht werden können. Bspw. FRIES (2004, 7) versteht unter Emotionen „arbiträre komplexe semiotische Entitäten“. Nach SCHWARZ-FRIESEL sind Emotionen

8 Zum Wesen und zu Ausdrucksmitteln des personalisierenden Stils vgl. ausführlich v. a. VOSS (1999, 83–85), HELD (2003) und LÜGER (2012, 47–77).

9 FRIES und SCHWARZ-FRIESEL unterscheiden zwischen Emotionen und Gefühlen, jedoch jeweils anders. SCHWARZ-FRIESEL (2013, 78) sieht Gefühle „als bewusst und subjektiv erfahrene Emotionen und damit auch sprachlich kodierbar an.“ Ähnlich spricht auch ORTNER (2014, 44) nicht von der Untersuchung von Emotionen, sondern bezeichnet die „sprachliche Repräsentation von Gefühlen“ als ihren Gegenstand. Zu der Unterscheidung zwischen Emotion und Gefühl bei FRIES vgl. z. B. FRIES (2004).

> mehrdimensionale, intern repräsentierte und subjektiv erfahrbare Syndromkategorien, die sich vom Individuum ich-bezogen introspektiv-geistig sowie körperlich registrieren lassen […]. (SCHWARZ-FRIESEL 2013, 55)

In der einschlägigen Literatur scheint ein Konsens im Hinblick darauf zu bestehen, dass die Erfahrung von Emotionen an eine positive oder negative Bewertung gebunden ist.[10] Z. B. nach FIEHLER (2008, 759–760) lasse sich jede Emotion „[i]n funktionaler Perspektive […] als bewertende Stellungnahme beschreiben." Demnach sei eine bestimmte Emotion eine bewertende Stellungnahme zu einer bestimmten Situation. Die Situation werde auf der Grundlage von Erwartungen, Interessen oder Wünschen des Textproduzenten als „(gut) entsprechend" oder als „nicht entsprechend" bewertet. Im Unterschied zu FIEHLER (1990; 2008), der sich der Untersuchung von Emotionen in Dialogen widmet, beschäftigt sich JAHR (2011) mit der Beschreibung der emotionalen Betroffenheit der Produzenten von Sachtexten. In Bezug auf die Belange der vorliegenden Untersuchung sind Zusammenhänge, die JAHR (2011, 43–45) zwischen bestimmten Emotionsgruppen und deren Bewertungskriterien und Bewertung herausgearbeitet hat, von besonderem Interesse. Da im Kommentarkorpus der vorliegenden Untersuchung vorwiegend negative Emotionen manifestiert werden, sei in Tabelle 2 ein Auszug aus JAHRs Zusammenstellung präsentiert.

Eines der Ergebnisse der Korpusuntersuchung von JAHR (2011, 216) lautet, dass „[n]egativ besetzte Emotionen […] mit höherer emotionaler Intensität kommuniziert [werden] als positiv besetzte." Ein solcher Vergleich konnte zwar auf der Grundlage des hier untersuchten Korpus, in dem vorwiegend negative Bewertungen manifestiert sind, nicht vorgenommen werden. Nichtsdestoweniger lassen sich in Belegen, die weiter unten zitiert werden, m. E. beinahe alle Emotionsgruppen erkennen, die in Tabelle 2 angeführt wurden (vgl. dazu Textbeispiele (2) – (7) im Abschnitt 4.3).

---

10 Vgl. dazu z. B. FIEHLER (2008), JAHR (2011), SCHWARZ-FRIESEL (2013, 55) und ORTNER (2014).

Emotionsgruppe	Bewertungskriterien	Bewertung
Unmut	Ablehnung von SV[11] Situation veränderbar	negativ
Resignation	Ablehnung von SV Situation kaum veränderbar	negativ
Befürchtung	Ablehnung von SV neg. Erwartung	negativ
Enttäuschung	Ablehnung von SV neg. Erwartungsabweichung	negativ
Vorwurf	Missbilligung des Verhaltens der Urheber	negativ
Geringschätzung	Ablehnung des externen Urhebers	negativ

Tab. 2: Auszug aus JAHR (2011, 44): „Zusammenhang zwischen Emotionsgruppen, Bewertungskriterien und Bewertung".

Das Spektrum sprachlicher Mittel zum Ausdruck von Emotionen ist laut den vorliegenden Untersuchungen sehr umfangreich.[12] Auf Grund des hier untersuchten Korpus wurde die sprachliche Manifestation von Emotionen mit jenen rhetorisch-stilistischen Mitteln vorgenommen, die in Tabelle 7 erfasst sind und teilweise in den Textbeispielen (5) bis (7) erscheinen (s. Abschnitt 4.3).

---

11 „SV" ist die Abkürzung für „Sachverhalt" bei JAHR (2011).

12 Vgl. dazu z. B. persuasive Strategien der Emotionalisierung in massenmedialer Kriegsberichterstattung bei SCHWARZ-FRIESEL (2013, 224–232), ferner die systematische Klassifikation sprachlicher Mittel zum Ausdruck von Emotionen bei ORTNER (2014, 189–197) auf phonetisch-phonologischer, typographischer, morphologischer/grammatischer, lexikalischer, syntaktischer, pragmatischer, stilistischer und textueller Ebene. Sehr aufschlussreich sind auch die Ergebnisse der Analyse emotiver Verfahren, die die Autorin an literarischen Texten und Pressetexten durchgeführt hat (vgl. ORTNER 2014, 383–411).

Im Hinblick auf die Untersuchung der im jeweiligen Text dargestellten Emotionen pflichte ich SCHWARZ-FRIESEL (2013, 216) dahingehend bei, dass „zwischen den im Text dargestellten und ausgedrückten Emotionen und dem emotionalen Erleben des Rezipienten unterschieden werden" muss. Selbst wenn der Textautor mit seinem Kommentar beabsichtigt haben kann, den Rezipienten stark zu emotionalisieren, muss es beim Rezipienten nicht unbedingt zu diesem Effekt kommen.[13]

Der **polarisierende** Stil setzt ein Vorgehen voraus, das „zwei gegensätzliche Meinungen kontrastiert und den Opponenten-Standpunkt in äußerst polemischer Weise mit Häme und Spott überzieht" (LÜGER 2012, 74). Berücksichtigt man hierbei stilistische Handlungsmuster im Sinne von SANDIG (2006, 206), so entspricht dem polarisierenden Stil das Muster KONTRASTIEREN. Das KONTRASTIEREN wird in politischen Reden – und ebenfalls in politischen Kommentaren – häufig eingesetzt. Es ist eine Teilhandlung der Handlung EMOTIONALISIEREN (vgl. SANDIG 2006, 148). Dass der dem KONTRASTIEREN entsprechende polarisierende Stil mit Emotionalisierungen verbunden sein kann, zeigt LÜGER (2012, 72–75). Die vorliegende Untersuchung liefert dafür ebenfalls Belege (vgl. das Textbeispiel (7), Abschnitt 4.3).

Als Vergleichsaspekte der Untersuchung **rhetorisch-stilistischer** Mittel habe ich Argumentationsfiguren in Anlehnung an den rhetorischen Ansatz von OTTMERS (1996) und an LAUSBERG (1990), ferner in Anlehnung an meine eigenen früheren Untersuchungen von Pressediskursen herangezogen (vgl. DREWNOWSKA-VARGÁNÉ 2015).

3.2 Forschungsfragen und methodisches Vorgehen

Im Hinblick auf die vorliegende Untersuchung ergibt sich folgende Forschungsfrage: Lassen sich auf Grund der Forschungsergebnisse Kommentarprototypen (und wenn ja: welche) für die drei Teildiskurse A–C aufstellen?

---

13 Vgl. dazu eine ähnliche Unterscheidung zwischen der intendierten Textfunktion und der Textwirkung (BRINKER u. a. 2014, 98).

Eine solche Fragestellung legt die Notwendigkeit nahe, qualitative Verfahren mit solchen zu verbinden, deren Schwerpunkt auf der Bestimmung der Frequenz der jeweils untersuchten Phänomene liegt, d. h. mit quantitativen Verfahren.[14]

Methodisch soll die Beantwortung der obigen Frage im Sinne einer Generalisierbarkeit der Forschungsergebnisse über die Rekonstruktion von Kommentarprototypen erfolgen. Mit der Zielsetzung, für die Teildiskurse A–C ‚kommunikationskulturspezifische' Prototypen der Kommentare zu rekonstruieren und zu beschreiben, weist die vorliegende Untersuchung eine Ähnlichkeit mit der qualitativen Sozialforschung auf, in der es um „Formen der Typenbildung wie Idealtypen, Expertentypen, Prototypen oder wichtige Typen" geht (LAMNEK 2005, 186). Obwohl ich auch quantitative Verfahren einsetze, betrachte ich jedoch die folgende Untersuchung nicht als ‚repräsentativ', denn: ‚Repräsentativität' verbindet sich mit Stichproben, wie sie bekanntlich in der quantitativen Sozialforschung erhoben werden. Viel adäquater scheint mir der aus der qualitativen Sozialforschung stammende Begriff der ‚Repräsentanz' zu sein: „Im Unterschied zur Repräsentativität im statistischen Sinn kommt es bei der Repräsentanz darauf an, dass typische Fälle erfasst werden" (LAMNEK 2005, 732). Folglich geht es mir um die Ermittlung des jeweils ‚typischen Falls' oder – im Sinne des Textes als prototypische Kategorie nach SANDIG (2000) – des besten Vertreters des Kommentars im jeweiligen Teildiskurs von A bis C.[15]

---

14 Beide Verfahrenstypen, also qualitative und quantitative, werden in der empirischen Sprachwissenschaft bekanntlich nicht als konträr betrachtet, sondern können vom jeweiligen Forschungsinteresse abhängig einander ergänzend angewandt werden. Näheres dazu bei DREWNOWSKA-VARGÁNÉ (2015, 100–103).

15 Ausführlich zur Rekonstruktion und Beschreibung verschiedener Textsorten-Prototypen in Paralleldiskursen vgl. DREWNOWSKA-VARGÁNÉ (2015).

4. Ergebnisse der Untersuchung

4.1 Argumentationsstrategie

Der Standpunkt-Kommentar wendet sich an Rezipienten, die „eine klare Position samt passender Begründung haben“ wollen, „sich mit Gegenargumenten aber nicht auseinandersetzen“ (SCHALKOWSKI 2011, 51). Das Handlungsziel dabei ist es, diesen Adressatenkreis erfolgreich anzusprechen. Daher wird eine „standpunktzentrierte Strategie“ verfolgt, indem der Rezipient nur mit einer Meinung über das Kommentierte, nämlich mit der Meinung des Kommentators konfrontiert wird. (NOWAG/SCHALKOWSKI 1998, 163).

Wie aus Tabelle 3 weiter unten ersichtlich ist, dominiert der Standpunkt-Kommentar in jedem der drei Teildiskurse. Dabei sind jedoch folgende Unterschiede zu verzeichnen: Während dieser Kommentartyp die einzige Argumentationsstrategie des rechtskonservativen Diskurses A bildet, treten in den beiden anderen Diskursen noch weitere Argumentationsstrategien auf. Die im Abschnitt 4.3 weiter unten angeführten Textbeispiele (2) bis (6) repräsentieren Standpunkt-Kommentare der Teildiskurse A und B.

Auf die Erfüllung der Erwartung von Rezipienten, die einzelnen Aspekten des jeweiligen Themas aus Mangel an Zeit oder Interesse nicht nachgehen und daher „die eine klare Position mit gewichteten Argumenten“ bekommen wollen, ist **der diskursive Kommentar** ausgerichtet. Pro- und Kontra-Argumente stoßen direkt so aufeinander, dass „eine Linie aus siegreichen Pro-Argumenten“ entsteht, „in der die Gegenargumente gewichtet enthalten sind“ (SCHALKOWSKI 2011, 53–54).

Diskursive Kommentare finden sich nur in einem kleineren Teil des Gesamtdiskurses, und zwar nur in dem linksorientierten/linksliberalen Diskurs B (siehe Tabelle 3). Die Argumentationsstrategie des diskursiven Kommentars verbindet sich mit einem polarisierenden Persuasionsstil, was am Textbeispiel (7) weiter unten im Abschnitt 4.3 veranschaulicht wird.

Argumentationsstrategie	**Disk. A**	**Disk. B**	**Disk. C**	**insges.**
Standpunktkommentar	9	12	4	**25**
diskursiver Kommentar	-	4	-	**4**
dialektischer Kommentar	-	-	3	**3**
insgesamt	**9**	**16**	**7**	**32**

Tab. 3: Argumentationsstrategie: drei Kommentararten im gesamten ungarischen Kommentardiskurs.

Die Erwartung von Rezipienten, „die in einer Stellungnahme ein möglichst vollständiges Panorama von Gründen und Gegengründen ausgebreitet sehen wollen“, soll **der dialektische Kommentar** erfüllen. Daher werden hier Pro- und Gegenargumente als gleichrangig behandelt, „ohne, dass sich ein eindeutiges Übergewicht in die eine oder in die andere Richtung ergäbe“ (SCHALKOWSKI 2011, 52).

Der dialektische Kommentar ist in nur drei Kommentaren des Gesamtdiskurses vertreten, und zwar nur im Teildiskurs C (s. Tabelle 3). Es dürfte wohl kein Zufall sein, dass diese Argumentationsstrategie von Autoren gewählt wird, die ihre politische Ausrichtung nicht explizit ausdrücken (wollen). Das folgende Textbeispiel (1) stellt eines der drei dialektischen Kommentare des Teildiskurses C dar:

(1) Miért rossz, ami jó
Nem hiszem, hogy van olyan ember az országban, aki nem örül, ha kevesebbet kell fizetni az áramért, a gázért. Lehetnek viszont még jónéhányan, akiknek a rezsicsökkentés után is rendre összeszorul a gyomruk, ha egy-egy sárga csekket rejtő boríték hullik ki a postaládájukból. Márpedig a csekkek nem késnek. De azok is bosszankodhatnak, akiknek nem okoz gondot a számlák befizetése. Mert ember legyen a talpán, aki eligazodik egy-egy áram- vagy gázszámlán. Egy idő után nem is nagyon erőlködtünk, hiszen az elmúlt év(tized)ekben szépen lassan (vagy nem is olyan lassan?) megtanultuk, hogy a szolgáltatónak mindig igaza van, és egészen biztosan mindig elpottyantottak valahol néhány apró betűt, ami ezt igazolja. Így aztán érthető, hogy nemcsak a pénztárcánknak, de a lelkünknek is jólesik a rezsicsökkentés. Nem úgy a körülötte zajló politikai cirkusz. Főleg, hogy az ellenzéki, kormánypárti adok-kapok közepette még mindig a fülünkben

cseng Lendvai Ildikó örökzölddé lett mondata, miszerint nem lesz gázáremelés. Azóta már tudjuk, hogy lett, mint ahogy azzal is tisztában vagyunk, hogy közeleg a következő választás, a harc pedig durvul, és bizonyára jónéhány kampányszakember már tőri a fejét, miként értesse meg a választókkal, hogy ha kevesebbet fizet valamiért, az neki rossz. Nem lesz könnyű dolguk… (Kommentar von Ildikó Nagy in: *Napló* vom 23.3.2013)

dt. **Warum ist schlecht, was gut ist?**
Ich glaube nicht, dass es im Lande einen Menschen gibt, der sich nicht darüber freut, wenn er für Strom und Gas weniger zahlen muss. Daneben kann es aber noch einige Menschen geben, deren Magen sich – selbst nach der Senkung der Wohnnebenkosten – zusammenschnürt, wenn ein Umschlag mit einem gelben Scheck aus ihrem Postkasten herausfällt. Und die Schecks kommen pünktlich an. Ebenfalls diejenigen, denen das Bezahlen von Rechnungen keine Probleme bereitet, können sich ärgern. Denn wer sich nämlich in einer Strom- oder Gasrechnung zurechtfinden kann, der muss besonders smart sein. Nach einer gewissen Zeit bemühen wir uns nicht mehr besonders, eine Rechnung vollkommen verstehen zu wollen. In den vergangenen Jahrzehnten haben wir uns langsam (oder gar nicht so langsam?) daran gewöhnt, dass der Dienstleister immer Recht hat und ganz bestimmt werden hier und da einige kleine Buchstaben verstreut, die dies nachweisen. Somit ist es verständlich, dass die Senkung der Wohnnebenkosten nicht nur unseren Geldbörsen, sondern auch unseren Seelen guttut. Nicht so der politische Zirkus, welcher um dieses Thema herum veranstaltet wird. Vor allem, weil der immer aktuelle Satz von Ildikó Lendvai,[16] nach dem es keine Gaspreiserhöhung geben wird, mitten in dem Streit zwischen den Oppositions- und den Regierungsparteien immer noch in unseren Ohren klingt. Seitdem wissen wir aber, dass es doch Gaspreiserhöhungen gab. Genauso sind wir uns darüber im Klaren, dass die Wahlen immer näher rücken. Der Kampf wird immer gröber und sicherlich zerbrechen sich schon einige Experten der Wahlkampagne die Köpfe darüber, wie sie den Wählern erklären sollen, warum es für sie schlecht ist, wenn sie für etwas weniger zahlen müssen. Sie werden es nicht leicht haben …

16 Ildikó Lendvai (Ungarische Sozialistische Partei) hat in ihrer Parlamentsrede im Jahre 2002 die folgende, seitdem vielerorts zitierte Aussage gemacht: „Ich sage es langsam, damit es auch Viktor Orbán versteht: Es wird keine Gaspreiserhöhung geben.“ Der Wortlaut der Aussage, hier in der Übersetzung von E. D.-V. wiedergegeben, ist aus *Magyar Hírlap* vom 8.12.2012 zitiert.

Es handelt sich dabei um einen **dialektischen Kommentar**, denn die Autorin:

– deutet auf die Pro-Position der regierenden Partei (FIDESZ) und auf die Kontra-Position der Oppositionsparteien in Sachen „Senkung der Wohnnebenkosten“ lediglich indirekt hin,
– nimmt selbst explizit weder eine Pro- noch eine Kontra-Stellung in Sachen „Senkung der Wohnnebenkosten“ ein,
– erklärt, warum die Lage der Wähler trotz der an und für sich positiven Änderung, welche die Senkung der Wohnkosten mit sich bringen kann, schlecht ist: Die Wähler finden sich im Kreuzfeuer der Argumente der gegeneinander kämpfenden Parteien und sind dadurch verwirrt,
– beendet den Kommentar mit einem Dilemma der Experten der Wahlkampagne („wie sie den Wählern erklären sollen, warum es für sie schlecht ist, wenn sie für etwas weniger zahlen müssen“) und einem Ausblick, nach dem sie es nicht leicht haben werden.

Die Reihenfolge der Bausteine verläuft nach der Variante III: These: „Das, was gut ist, ist schlecht”, Argumentation mit eingebautem Sachverhalt und Ausblick.

4.2 Textbausteine und ihre Reihenfolge

Im Standpunktkommentar erweist sich die Variante I: „These, Sachverhalt, Argumentation, Ausblick“ (das Standardschema) (SCHALKOWSKI 2011, 65) als die beliebteste Reihenfolge. Ihr folgt die Variante III: „These, Argumentation (mit eingebauten Sachverhalt), Ausblick“ (SCHALKOWSKI 2011, 65). Weitere Varianten sind nur vereinzelt belegt. (vgl. Tabelle 4).

Standpunktkommentar	**Disk. A**	**Disk. B**	**Disk. C**
I: These, Sachverhalt, Argumentation, Ausblick	4	5	3
II: Sachverhalt, Begründung, These, Ausblick	1	–	–
III: These, Argumentation mit eingeb. Sachverhalt, Ausblick	3	1	1
II und III kombiniert: Argumentation mit eingeb. Sachv., These (oft mit Ausblick kombiniert)	1	1	–
IV: These, kein Sachverhalt Argumentation, kein Ausblick	–	2	–
V: These, kein Sachverhalt Argumentation, Ausblick	–	2	–
VI: Argumentation mit eingeb. Sachverhalt, These, Argumentation, Ausblick	–	1	–
insgesamt:	**9**	**12**	**4**

Tab. 4: Reihenfolge der Textbausteine in den Standpunktkommentaren des gesamten ungarischen Kommentardiskurses.

Im diskursiven Kommentar dominiert eindeutig das Standardschema der Reihenfolge der Bausteine, d. h. die Variante I, und nur mit einem Beleg erscheint dort die Variante III (s. Tabelle 5).

diskursiver Kommentar	–	**Disk. B**	–
I: These, Sachverhalt, Argumentation, Ausblick	–	3	–
III: These, Argumentation mit eingeb. Sachverhalt, Ausblick	–	1	–
dialektischer Kommentar	–	–	**Disk. C**
I: These, Sachverhalt, Argumentation, Ausblick	–	–	1
III: These, Argumentation mit eingeb. Sachverhalt, Ausblick	–	–	1
II und III kombiniert: Argumentation mit eingeb. Sachv. These (oft mit Ausblick kombiniert)	–	–	1

Tab. 5: Reihenfolge der Textbausteine in den diskursiven und dialektischen Kommentaren des gesamten ungarischen Kommentardiskurses.

Im dialektischen Kommentar sind die Varianten I und III sowie eine Kombination der Varianten II und III – Argumentation mit eingebautem Sachverhalt, These (oft mit Ausblick kombiniert) – in jeweils einem Kommentartext präsent (s. Tabelle 5).

Inwiefern sich die drei Teildiskurse im Hinblick auf die Reihenfolge der Bausteine voneinander unterscheiden, wird bei der Rekonstruktion der drei Kommentarprototypen erläutert (s. Abschnitt 5).

4.3 Persuasionsstil und typische rhetorisch-stilistische Maßnahmen

Die Ergebnisse der Analyse der Persuasionsstile stellt die Tabelle 6 dar. Der Bereich, in dem der personalisierende und der emotionalisierende Stil bei Standpunktkommentaren auftreten, wurde optisch hervorgehoben, da gerade bei diesen Stilen die meisten Unterschiede von Diskurs zu Diskurs festgestellt und beschrieben werden konnten: Personalisierungen und Emotionalisierungen sind im rechtskonservativen Diskurs A überwiegend, während sie in dem politisch nicht deklarierten Diskurs C rar sind. Im linksorientieren/linksliberalen Diskurs B treten eher Personalisierungen auf als Emotionalisierungen.

Standpunktkommentar	**Disk. A**	**Disk. B**	**Disk. C**
reflektierend	1	5	2
reflektierend, zusätzlich ästhetisierend	2	2	1
ästhetisierend, zusätzlich reflektierend	–	2	–
ästhetisierend, zusätzlich reflektierend und personalisierend	–	2	–
ästhetisierend, zusätzlich emotionalisierend	–	–	1
reflektierend, zusätzlich personalisierend und emotionalisierend	1	1	–
reflektierend, zusätzlich ästhetisierend und personalisierend	2	–	–
emotionalisierend	3	–	–

diskursiver Kommentar	–	**Disk. B**	–
reflektierend-polarisierend, zus. emotionalisierend	–	1	–
reflektierend-polarisierend, zus. ästhetisierend	–	1	–
polarisierend und ästhetisierend, zus. emotionalisierend	–	2	–
dialektischer Kommentar	–	–	**Disk. C**
reflektierend, zusätzlich ästhetisierend	–	–	2
reflektierend, zusätzlich emotionalisierend	–	–	1

Tab. 6: Persuasionsstile in den drei Kommentararten des gesamten ungarischen Kommentardiskurses.

Die meisten Texte der Standpunktkommentare der Diskurse B und C finden sich außer dem hervorgehobenen Bereich in den Zeilen mit reflektierendem Stil, mit welchem sich ein ästhetisierender verbindet.

Dies bedeutet jedoch nicht, dass für den linksorientieren/linksliberalen Diskurs B Emotionalisierungen nicht charakteristisch sind. Sie sind auch für diesen Diskurs kennzeichnend, wenn auch auf eine andere Weise als im rechtskonservativen Diskurs A: Im Diskurs B tritt der emotionalisierende Stil zusätzlich zum polarisierenden auf und der polarisierende Stil ist nur für den Diskurs B kennzeichnend (s. Tabelle 6: Bereich der diskursiven Kommentare).

Zugleich fällt auf, dass bei jeder Argumentationsstrategie – sei es ein dialektischer, ein diskursiver oder ein Standpunktkommentar – auch ein ästhetisierender Stil beobachtet werden konnte, zu dessen Ausprägung rhetorisch-stilistische Mittel schlechthin beitragen. Die bereits angesprochenen Persuasionsstile sind ohne rhetorisch-stilistische Mittel (s. Tabelle 7) auch kaum realisierbar.

Bevor der Gebrauch der in Tabelle 7 erfassten rhetorisch-stilistischen Mittel zusammen mit den einzelnen Persuasionsstilen an einzelnen Kommentartexten illustriert wird, seien an dieser Stelle die wichtigsten Ergebnisse kurz ins Auge gefasst: Das in allen Diskursen am häufigsten gebrauchte Mittel ist die metaphorische suspendierte Verweisung im Kommentartitel: Ihre Vorkommenshäufigkeit ist in den Diskursen A und

B ähnlich hoch, seltener kommt sie im Diskurs C vor. Autoren aller Diskurse bedienen sich verschiedener ästhetischer Mittel in den Texten ihrer Kommentare (v. a. Metaphern, metaphorischer Rahmen, Phraseologismen, Umgangssprache u. a.) mit einer annähernd hohen Frequenz. Die meisten Modalitätenwechsel weist jedoch der linksliberale/linksorientierte Diskurs B auf. [17]

Standpunktkommentar	**Disk. A**	**Disk. B**	**Disk. C**
metaphorische suspendierte Verweisung im Titel	5	5	1
Wortspiel im Titel	–	1	–
ästhetische Mittel im ganzen Kommentartext, z. B. metaphorischer Rahmen, Metaphern, *Rogationes*[18], Phraseologismen u. a.	4	5	2
Modalitätenwechsel	1	2	–
diskursiver Kommentar	–		–
metaphorische suspendierte Verweisung im Titel	–	3	–
ästhetische Mittel im ganzen Kommentartext	–	1	–
Modalitätenwechsel	–	1	–
dialektischer Kommentar	–	–	
metaphorische suspendierte Verweisung im Titel	–	–	1
ästhetische Mittel im ganzen Kommentartext	–	–	1
Modalitätenwechsel	–	–	1

Tab. 7: Rhetorisch-stilistische Maßnahmen in den drei Kommentararten des gesamten ungarischen Kommentardiskurses.

17 Zu einer ausführlichen Auswertung vgl. die Kommentarprototypen im Fazit des Beitrags.

18 Die *Rogatio* definiert (OTTMERS 1996, 184) als fingierte Ansprache des Rezipienten; vgl. ähnlich hierzu auch LAUSBERG (1990, 378–380).

Im Folgenden seien die relevantesten der ermittelten Persuasionsstile des gesamten Kommentardiskurses an ausgewählten Textbeispielen veranschaulicht:

Reflexionsorientierter Stil: Das weiter oben angeführte Textbeispiel (1), ein der Argumentationsstrategie nach dialektischer Kommentar aus dem Diskurs C, ist dem Persuasionsstil nach reflexionsorientiert. Die Kommentatorin versucht, verschiedene Seiten eines aktuellen Themas, namentlich der Senkung der Wohnnebenkosten, aus verschiedenen Positionen zu beleuchten. Dies geschieht bei der gewählten Argumentationsstrategie durch

– Stellen an Kommentaranfang und -ende, die den Rezipienten explizit zur Reflexion motivieren: die *Rogatio* im Kommentartitel: „Warum ist schlecht, was gut ist?", die zugleich die Hauptthese des Kommentares darstellt und durch die Auslassungspunkte nach dem letzten Satz des Kommentars: „Sie werden es nicht leicht haben…"
– mehrere abwertende Bewertungen („der politische Zirkus", „der Kampf wird immer gröber") auch mit Phraseologismen (z. B. „der Magen schnürt sich zusammen", „sich den Kopf über etwas zerbrechen").
– eine ironisierende Passage, durch die es zu einem Modalitätenwechsel kommt: „[…] wer sich nämlich in einer Strom- oder Gasrechnung zurechtfinden kann, der muss besonders smart sein. Nach einer gewissen Zeit bemühen wir uns nicht mehr besonders, eine Rechnung vollkommen verstehen zu wollen. In den vergangenen Jahrzehnten haben wir uns langsam (oder gar nicht so langsam?) daran gewöhnt, dass der Dienstleister immer Recht hat und ganz bestimmt werden hier und da einige kleine Buchstaben verstreut, die dies nachweisen. […]".

Der reflexionsorientierte Stil wird auch dadurch erhalten, dass die Autorin Personalisierungen und explizite Emotionalisierungen meidet.

Personalisierender Stil: Ein treffendes Beispiel für eine portionierte und partialisierte Darstellung komplexer Sachverhalte (vgl. HELD 2003, 274), indem sie auf Handlungen einzelner Personen reduziert und

auf diese Weise „im Zusammenhang mit politischen Konflikten" Feindbilder (Lüger 2012, 77) aufgebaut werden, findet sich im folgenden Kommentarabschnitt (2) des linksorientierten/linksliberalen Diskurses B:

(2) **Ciprusi hó**
[…] De mit tanultak a múltból pénzügyi katasztrófavédőink? A második Órbán-kormánynak egyszer pechje, egyszer pedig szerencséje volt a világ és Európa pénzügyi viharaival. Hivatalba lépése után nem volt elég óvatos, kedvező klímára készült, Matolcsy kipaterolta az IMF-et, hogy aztán a görög tragédia nyomán hófúvásban újra a valutaalapnál kelljen kuncsorogni hókotrókért.
(Redaktionskommentar in: *Népszabadság* vom 19.3.2013)

dt. **Zyprischer Schnee**
[…] Was haben aber unsere Finanzkatastrophenschützer aus der Vergangenheit gelernt? Die zweite Orbán-Regierung hatte bisher mal Pech, mal Glück mit den Finanzstürmen in der Welt und in Europa. Nach dem Amtsantritt war sie nicht vorsichtig genug, sie bereitete sich auf ein vorteilhaftes europäisches Klima vor. Matolcsy[19] hat den IWF[20] fortgeschickt, um im Schneesturm – wie in der griechischen Tragödie – wieder beim Währungsfonds um Schneepflüge betteln zu müssen.

Noch markanter ist das Feindbild der Gegenpartei in einem weiteren Kommentar desselben Diskurses B, dessen Wortlaut hier gekürzt wiedergegeben wird. Im Zentrum dieses typischen Standpunktkommentars steht der Ministerpräsident, Mitbegründer und Vorsitzender der regierenden Partei (FIDESZ), Viktor Orbán:

(3) **Szemben mindenkivel**
Méghogy Orbán Viktor nem tud meglepetést okozni? Amikor tegnap délelőtt híre jött, hogy a miniszterelnök napirend előtt felszólal a parlamentben, méghozzá azzal a címmel, hogy Magyarország nem hagyja magát, kevesen fogadtak volna rá, hogy egy szót sem ejt majd a végszavazás előtt álló alkotmánymódosításról. Márpedig nem ejtett, noha az alaptörvény fundamentális megváltoztatásának valamivel több ellenzője akad, mint az egyértelműen populista célokat szolgáló rezsicsökkentésnek. […]

19 György Matolcsy war zweimal Wirtschaftsminister von Ungarn: im Kabinett Orbán I und erneut ab Mai 2010 im Kabinett Orbán II. Seit April 2013 ist er Gouverneur der Ungarischen Zentralbank.
20 Internationaler Währungsfonds.

Orbán Viktorról köztudat, hogy nem kerül a konfliktusokat, hát most igazán elemében érezheti magát. Az erőből keresztülvitt alkotmánymódosítás ellen nemcsak az ellenzék, a civilek is tiltakoznak, s olyan nagy tekintélyű alkotmányjogász is felemelte ellene a szavát, mint Sólyom László. Nem beszélve az Európai Unióról, az USA-ról. Orbán most – elkötelezett híveit leszámítva – mindenkivel szembe került. Ez lenne Magyarország érdeke? (Kommentar von Ottó Szente in: *Napló* vom 12.3.2013)

dt. **Gegen alle**
Ob Viktor Orbán keine Überraschungen bereiten kann? Als gestern Vormittag die Nachricht kam, dass der Ministerpräsident vor der Tagesordnung im Parlament das Wort ergreift, noch dazu unter dem Titel ‚Ungarn hält den Nacken steif', hätten wenige darum gewettet, dass er kein einziges Wort über die vor der Endabstimmung stehende Modifizierung des Grundgesetzes Ungarns sagt. Aber er hat nichts gesagt, obwohl die fundamentale Änderung des Grundgesetzes auf mehr Gegner stößt als die eindeutig populistischen Zielen dienende Senkung der Wohnnebenkosten. […]

Über Viktor Orbán ist allgemein bekannt, dass er Konflikte nicht meidet. Da kann er sich jetzt richtig in seinem Element fühlen. Gegen die forcierte Modifizierung des Grundgesetzes haben nicht nur Oppositionelle und einfache Bürger protestiert, sondern auch ein sich so großer Autorität erfreuender Verfassungsrechtler wie László Sólyom hat sich dagegen ausgesprochen, ganz zu schweigen von der Europäischen Union und den USA. Orbán steht jetzt – wenn man die ihm verpflichteten Anhänger nicht dazurechnet – gegen alle. Soll dies in Ungarns Interesse sein?

Beim Etablieren Orbáns als Feindbild im obigen Kommentar fallen Merkmale der Oralität auf, die für den personalisierenden Stil kennzeichnend sind.[21] Der Spruch „Magyarország nem hagyja magát", dt. „Ungarn hält den Nacken steif", wird in zahlreichen Reden des Politikers wiederholt. Im Hinblick auf die kommunikativen und appellativen Figuren der Argumentation bedient sich hier der Autor der Sermocinatio (Ottmers 1996, 185), indem er die Redeweise des Politikers imitiert. Ferner fängt der Text in einem pseudodialogischen Stil mit der Frage „Ob Viktor

21 Zu Merkmalen der Oralität und Formen der Nähesprache beim personalisierenden Stil vgl. Held (2003, 277) und Schäfer (2006, Kap. 3 und 4).

Orbán keine Überraschungen bereiten kann?“ an. Dabei ist das ungarische *méghogy* eine typische Konjunktion, mit der eine Frage in einem umgangssprachlichen Dialog gestellt werden kann. Ein anderes Merkmal der Dialogizität ist die bestätigende Abtönungspartikel *hát*[22] in „hát most igazán elemében érezheti magát“, dt. „Da kann er sich jetzt richtig in seinem Element fühlen.“

Personalisierungen sind schwer von Emotionalisierungen zu trennen (vgl. LÜGER 2012, 77), denn oft sind sie zugleich ein Mittel der Emotionalisierung. Wie bereits in anderen empirischen Untersuchungen politischer Berichterstattung nachgewiesen wurde, dienen personalisierte Informationen u. a. zur „Aktivierung von Gefühlen“ und zur „Dramatisierung von Ereignissen“ (HELD 2003, 276). Darüber hinaus wird personalisierenden Texten zugleich eine emotionalisierende Wirkung zugeschrieben, weil sie zwischenmenschliche Machtbeziehungen schildern. Ihre Darstellung,

> insbesondere in einer bipolaren Personenkonstellation, verfügt über einen hohen Grad an Dramatik und ist daher zur Emotionalisierung des Lesers geeignet. Das ‚journalistische Prinzip‘ der Personalisierung läßt sich sowohl als emotionales Steuerungsmittel als auch ‚als Welt-Interpretationsmittel begreifen (VOSS 1999, 84).

Eine bipolare Personenkonstellation wird bereits in dem zuvor besprochenen Textbeispiel (3) angedeutet: der die Änderung der Verfassung Ungarns forcierende Ministerpräsident Viktor Orbán kontra den Verfassungsrechtler László Sólyom.

Die Fokussierung komplexer politischer, unpersönlicher Zusammenhänge auf Einzelpolitiker und ihr Machtpotential dient dazu, dem Leser komplexe politische Sachverhalte nahezubringen. Im Hinblick darauf

22 Zu Abtönungspartikeln im Ungarischen vgl. KESZLER/LENGYEL (2008, 109).

liefern einschlägige Forschungen zahlreiche Beispiele aus der Boulevardpresse.[23] In dieser Hinsicht weisen v. a. die Kommentare des ungarischen rechtskonservativen Diskurses A u. a. auch Züge der Boulevardpresse auf. Dies sei am Textabschnitt (4) veranschaulicht:

> (4) **Barbár vidék**
> […] Németországon már rég kialakult az a nézet, az egyre kétségtelenebb ciprusi válságról, hogy német adófizetők pénzéből nem fognak megmenteni orosz maffiózókat. És *Angéla Merkel* kancellár asszony meghozta életének talán legrosszabb politikai döntését, amikor az lebegett a szeme előtt, hogy az ősszel esedékes német parlamenti választásokon mennyi szavazatot lehet besöpörni ezzel a lépéssel. Lopott pénzből nem szégyen elemelni egy kicsit – ez lehetett a vezérelve a ciprusiak torkán leerőszakolt, nem éppen szokványos határozatnak.
> A trojka az Európai Unió hitelét, a magántulajdon védelmét dobta a szemetesbe. Csak nehogy fatális legyen ez a döntés az unió sorsára, mert annak mi is megisszuk a levét. […]
> (Kommentar von Pósa Tibor in: *Magyar Nemzet* vom 23.3.2013)
>
> dt. **Eine barbarische Gegend**
> […] In Deutschland ist bereits vor einer langen Zeit die Meinung über die unbestrittene Zypern-Krise entstanden, dass russische Mafiosi mit den Geldern deutscher Steuerzahler nicht gerettet werden. Und die Bundeskanzlerin, Angela Merkel, traf vielleicht die schlechteste politische Entscheidung ihres Lebens, als ihr vor Augen schwebte, wieviel Stimmen man in den im Herbst fälligen Parlamentswahlen mit diesem Schritt einholen kann. Es ist keine Schande, von dem gestohlenen Geld noch ein wenig abzuheben – dies konnte das Hauptprinzip des nicht gerade gewöhnlichen Beschlusses sein, welcher den Zyprern aufgezwungen worden ist.
> Die Troika hat den Kredit der Europäischen Union – den Schutz des Privateigentums auf den Müll geworfen. Möge diese Entscheidung nur keine fatalen Folgen für das Schicksal der Europäischen Union haben, denn das müssen auch wir abbüßen. […]

Die vorwiegende Form der Personalisierung in dem Textbeispiel (4) ist das Fokussieren auf die Einzelfigur Angela Merkel und ihr Machtpotential, das darauf gerichtet ist, im Hinblick auf Zypern, auf die Europäische

---

23 Neben den zahlreichen Belegen bei Voss (1999) aus der *BILD*-Zeitung vgl. dazu auch Weber (1995) mit entsprechendem Material aus der *Kronen Zeitung*.

Union und somit auch auf Ungarn folgenschwere Entscheidungen zu treffen. Daneben ist aus dem Text eine weitere Maßnahme der Personalisierung ersichtlich, d. h. die Bildung einer spezifischen gesellschaftlichen Dichotomie bzw. Zweitcodierung: auf der einen Seite ‚da unten' stehen Zypern und Ungarn (die schwachen, aber ehrlichen Opfer), auf der anderen Seite ‚da oben' befinden sich Merkel und die Troika (die mächtigen und zugleich unehrlichen, sogar kriminellen Täter).[24]

Eine ähnliche Zweitcodierung wurde bereits auch in weiteren Belegen des ungarischen rechtskonservativen Kommentardiskurses durch argumentative Topoi nachgewiesen.[25]

Emotionalisierender Stil: Die meisten Beispiele für Emotionalisierungen, die durch andere Mittel als Personalisierung ausgedrückt werden, finden sich in dem ausschließlich aus Standpunktkommentaren bestehenden rechtskonservativen Diskurs A. Der folgende Textabschnitt (5) liefert ein Paradebeispiel dafür:

> (5) **Vigyázó szemetek**
> […] Nem is tudja az ember, melyik végén kezdje az elemi erejű felháborodást. A magántulajdon szentségénél? Például ott. Mert az EU és az IMF uzsorásai csak a magántulajdon szentségéről képesek pofázni […] Emlékeznek még, mit művelt az EU és az IMF, mit műveltek a liberális és baloldali lapok, ostoba, semmirekellő, hazug és idióta újságírók, amikor a

24 Im Sinne „[b]inäre[r] Schematismen" nach Luhmann unterscheidet WEBER (1995, 212) typische Zweitcodierungen in Bezug auf die Berichterstattung in der *Kronen Zeitung*: „Die konstruierte Zweitcodierung ‚die da oben' – ‚die da unten' […] ermöglicht es […] für das fiktive ‚da unten' Position zu beziehen, d. h. den ‚Wir-Diskurs' zu entfalten."

25 In diesem Diskurs sind die EU bzw. die Troika die Diebe, während Zypern das arme Opfer ist (vgl. DREWNOWSKA-VARGÁNÉ 2016a: der sog. ‚Topos des Diebstahls'). In einer weiteren Untersuchung, in welcher der ganze ungarische (rechtskonservative und linksorientierte/linksliberale) Kommentardiskurs zur Zypern-Krise mit einem deutschen und einem polnischen Paralleldiskurs unter dem Aspekt des Gebrauchs der argumentativen Topoi kontrastiert wurde, zeigte sich, dass sich die ungarischen Kommentatoren im Unterschied zu ihren deutschen und polnischen Kollegen mit Hilfe verschiedener argumentativer Topoi meistens gegen die EU-Politik und niemals aber gegen Zypern richten (vgl. DREWNOWSKA-VARGÁNÉ 2016b).

> magyar kormány megszüntette a magánnyugdíj-biztosítókat? […] S miközben az EU és az IMF uzsorásai éppen aljasul ellopják a ciprusiak, oroszok és britek pénzét, közben felháborodástól kipirult arccal leckéztetik megint Magyarországot. Dől a pofájukból a demokrácia féltése meg a magántulajdon szentsége. Cégéres gazemberek mindahányan. […] (Kommentar von Zsolt Bayer in: *Magyar Hírlap* vom 19.3.2013)
>
> dt. **Eure aufpassenden Augen**
> […] Man weiß nicht mehr, wo man anfangen soll, sich zu empören. Bei dem Heiligtum des Privateigentums? Zum Beispiel dort. Weil die Kredithaie der EU und des Internationalen Währungsfonds nur vom Heiligtum des Privateigentums herumzubrüllen fähig sind. […] Erinnern Sie sich daran, was die EU und der Internationale Währungsfonds, was die liberalen und linksorientierten dummen, lügnerischen und idiotischen Taugenichts-Journalisten angestellt haben, als die ungarische Regierung die private Rentenversicherung aufgelöst hat? […] Und während die Kredithaie der EU und des Internationalen Währungsfonds das Geld der Zyprer, der Russen und der Briten niederträchtig stehlen, belehren sie Ungarn mit Gesichtern, die vor Empörung rot sind. Aus ihren Mäulern ertönt das Bangen um die Demokratie und um das Heiligtum des Privateigentums. Sie sind alle Erzgauner. […]"

In seiner emotional-drastischen Wortwahl[26] „die Kredithaie der EU", „herumzubrüllen", „die […] idiotischen Taugenichts-Journalisten", „[a]us ihren Mäulern ertönt […]", „Erzgauner" unterscheidet sich dieser Textabschnitt vollkommen von den bisher zitierten. Berücksichtigt man die eingangs von JAHR (2011, 44) zitierten Emotionsgruppen und Bewertungskriterien, so leuchtet ein, dass der Autor durch diesen Wortschatz „Vorwurf" mit den Bewertungskriterien „Missbilligung des Verhaltens von Urhebern" und „Geringschätzung" mit den Bewertungskriterien „Ablehnung des externen Urhebers" zum Ausdruck bringt.

Die Aussageabsicht des Autors wird noch deutlicher, wenn man weiteren rhetorisch-stilistischen Maßnahmen Aufmerksamkeit schenkt: Der

26 Zur Rolle drastischer Wortwahl als Strategie beim personalisierenden und emotionalisierenden Stil in politischer Berichterstattung vgl. HELD (2003, 277).

Anfangssatz im Textbeispiel (5) „Man weiß nicht mehr, wo man anfangen soll, sich zu empören." enthält eine erlebnisdeklarative Formel[27], welche nahelegt, dass der Autor durch den Ausdruck seiner eigenen Empörung eine ähnliche Emotion beim Rezipienten hervorrufen will.[28]

Der Autor bedient sich ferner einer *Deliberatio* und einer *Rogatio,* die appellativ wirken: „Man weiß nicht mehr, wo man anfangen soll, sich zu empören. Bei dem Heiligtum des Privateigentums?" oder „Erinnern Sie sich daran, was die EU und der Internationale Währungsfond […] angestellt haben, als […]?"

Der Kommentator richtet sich gegen die EU, gegen den IWF und gegen die genannten Journalisten mit einem sog. ‚offenen Tadel', der mit *Obiurgatio* und *Iracundia* als personalen Argumentationsfiguren[29] ausgedrückt wird. Vergleicht man das Textbeispiel (5) mit der bereits besprochenen ironisierenden Passage in dem weiter oben besprochenen Textbeispiel (1), so kann man dort höchstens die *Laesio*[30] als verdeckten Tadel entdecken.

Im folgenden Abschnitt aus einem anderen Kommentar (Textbeispiel (6)) gibt es zwar insgesamt weiniger drastische Ausdrücke als im Textbeispiel (5), das aus demselben rechtskonservativen Diskurs A

27 Zu erlebnisdeklarativen Formeln zählen nach FIEHLER (1990, 120) bspw. folgende Ausdrücke: „*Ich fühle mich X, ich hatte das Gefühl X*; *ich empfand X, ich hatte das Empfinden X*; *ich (ver)spürte (ein Gefühl von) X*; *ich erlebte (es als) X; mir war X (zumute)* […]."

28 Vgl. hierzu analoge Belege, die LÜGER (2012, 75) einem *BILD*-Kommentar entnimmt.

29 Die auf die Person des Gegenübers gerichteten personalen Argumentationsfiguren sind meistens direkt, unsachlich und verletzend. Die *Obiurgatio* ist „ein an den Opponenten gerichteter Tadel […], der sich freilich zu wahren Schimpfkanonaden auswachsen kann" (OTTMERS 1996, 196). Die *Iracundia* bezeichnet OTTMERS (ebd.) als „die Äußerung des Zorns […] die bis zum Verfluchen und zur Verwünschung – *Exsecratio* – reichen kann."

30 OTTMERS (1996, 196) spricht hier von einer absichtlichen „Verletzung des Gegenübers (*laesio*), wenn sie verdeckt durchgeführt wird."

stammt. Nichtsdestoweniger verfügt das Textbeispiel (6) ebenfalls über einen sehr expressiven und wertenden Charakter.

> (6) **A ciprusi Ali baba és a brüsszeli negyven rabló**
> […] Mindenki tudta, hogy Ciprus bajban van. Tenni mégsem tett senki semmit. Eddig. Vajon miért nem? Miért nem lehetett a ciprusi adósságot a göröghöz hasonlóan részben vagy akár egészben elengedni? Törvényes keretek között például kamatadót, bankadót, egyebeket bevezetni, a bankoknak, ha szükséges tőkét nyújtani?
> Az Európai Unió erkölcsileg lenullázta önmagát. A megfigyelőben erősödik az érzés, hogy az integráció más szempontból is végórát éli. […]
> (Kommentar von Tamás Torba in: *Magyar Nemzet* vom 20.3.2013)

> dt. **Der zyprische Ali Baba und die Brüsseler vierzig Räuber**
> […] Alle wussten, dass Zypern in der Patsche sitzt. Doch getan hat niemand was. Bis jetzt. Warum denn? Warum konnte man nicht einen Teil der zyprischen Schulden erlassen oder verschieben? Unter legalen Bedingungen z. B. Zinsensteuer, Bankensteuer usw. einführen, den Banken, wenn nötig, Kapital anbieten?
> Die EU hat sich moralisch zu einer Null degradiert. In dem Beobachter verstärkt sich das Gefühl, dass die letzte Stunde der Demokratie geschlagen hat. […]

Diesen Charakter verleihen ihm ähnliche rhetorisch-stilistische Maßnahmen wie im Textbeispiel (5): Der Kommentator spart mit rhetorischen Fragen nicht (vgl. den ersten Absatz des Textbeispiels (6)). Die *Obiurgatio* als offenen Tadel der EU, nach dem sie sich „moralisch zu einer Null degradiert" hat, ergänzt er mit der folgenden erlebnisdeklarativen Formel: „In dem Beobachter verstärkt sich das Gefühl, dass […]".

Der Kommentartitel ist eine sog. ‚metaphorische suspendierte Verweisung': *Der zyprische Ali Baba und die Brüsseler vierzig Räuber* sind Konstellationsmetaphern, besser gesagt Bildspender. Das Rätsel, wer als der jeweilige Bildempfänger gemeint ist, kann man erst mit Hilfe einer vom Titel entfernten Textstelle, die hier aus Platzgründen nicht zitiert werden kann, entschlüsseln: Den zwei Konstellationsmetaphern liegen

folgende zwei Konzepte[31] zugrunde: DER ZYPRISCHE ANLEGER IST ALI BABA und BRÜSSELER BEAMTE SIND DIE VIERZIG RÄUBER. Zugleich wird durch die textuelle Entfernung des Bildspenders im Titel von dem Bildempfänger im Kommentartext eine Spannung erzeugt. Es entsteht ein sog. ‚metaphorischer Rahmen'.[32]

Inhaltlich unterscheidet sich das Textbeispiel (6) vom Textbeispiel (5) kaum. Dies kann jedoch nicht verwundern, wenn man auf die Ergebnisse der vorangegangenen Untersuchung argumentativer Topoi in demselben Diskurs zurückblickt (vgl. DREWNOWSKA-VARGÁNÉ 2016a): Der ‚Topos der Kritik' (v. a. an der Europäischen Union bzw. auch der Troika, nach dem sie an der aktuellen Lage der Zypern-Krise schuld sind) tritt gerade im rechtskonservativen Diskurs viel häufiger auf als im linksorientierten/linksliberalen. Der ‚Topos des Diebstahls', mit dem sich die Kommentatoren eindeutig auf die EU und die Troika beziehen, konnte nur im rechtskonservativen Diskurs ermittelt werden. Somit dürften einige stereotype Pauschalurteile des rechtskonservativen Kommentardiskurses, die darauf gerichtet sind, im Rezipienten bestimmte Werte und Emotionen zu evozieren, auch durch die vorliegende Untersuchung nachgewiesen werden.

Polarisierender Stil: Zu dem linksorientierten Diskurs B gehört noch ein Kommentar, welcher, wie der als Textbeispiel (3) weiter oben zitierte Text, an demselben Tag zum Thema ‚Senkung der Wohnnebenkosten und Modifizierung des Grundgesetzes Ungarns' erschienen ist. Während das Textbeispiel (3) einen Standpunktkommentar mit einem

---

31 Ein ‚metaphorisches Konzept' wird bekanntlich von einem Konzeptpaar gebildet, „dessen zweite Komponente als projiziert von der ersten identifiziert wird" (LIEBERT 1992, 8). Für den Bereich, aus welchem projiziert wird, verwendet LAKOFF (1987, 276) den Terminus Herkunftsbereich (*source domain*) und für den, auf welchen projiziert wird, den Terminus Zielbereich (*target domain*). Statt dieser Termini gebrauche ich die Termini Bildspender (für den Herkunftsbereich) und Bildempfänger (für den Zielbereich) im Sinne von WEINRICH (1976, 299).

32 Zur ‚metaphorischen suspendierten Verweisung' in Leserbriefen und Zeitungskommentaren vgl. DREWNOWSKA-VARGÁNÉ (2015, 176–185 und 430–435).

vorwiegend personalisierenden Stil darstellt, lässt sich das nun folgende Textbeispiel (7) im Hinblick auf seine Argumentationsstrategie als ein diskursiver Kommentar bezeichnen.

Wie jeder diskursive Kommentar des vorliegenden Untersuchungskorpus verfügt auch dieser Text über einen polarisierenden Stil: Dieser wird dadurch etabliert, dass zwei gegensätzliche Meinungen präsentiert werden. Der Kommentator (Proponent) entkräftet die Argumente des Gegenübers sowohl sachlich als auch durch Spott. Der polarisierende Stil verbindet sich hier mit reflektierenden und zusätzlich emotionalisierenden Passagen. Der letztere Stilzug entsteht m. E. vor allem durch emotionale und zugleich negative Bewertungen der Regierungspolitik. Daneben trägt aber auch eine bipolare Personenkonstellation dazu bei, die sich genauso wie im Textbeispiel (3) darstellt: der Ministerpräsident, Viktor Orbán, vs. der Verfassungsrechtler, László Sólyom.

Die ‚Argumente' der Regierung für die Senkung der Wohnnebenkosten werden karikiert dargestellt: Dies erreicht der Autor durch einen Modalitätenwechsel: In dem sonst neutral-ernst geschriebenen Kommentar erscheint nicht-ernste Modalität nur an Stellen, an denen die Position der Regierung bzw. des Regierungschefs thematisiert wird: „Na klar, die Senkung der Wohnnebenkosten ist eine berauschende Musik in den Ohren der Wähler, denn die nach den skandinavischen Einkommen bemessenen Gas-, Strom-, Wasser- und Müllrechnungen sind disproportional hoch im Vergleich zu unseren Balkan-Gehältern."

(7)

Magyar banán



HOLLÓSI ZSOLT
hollosi@delmagyar.hu

„Ami történik, valójában nem alkotmánymódosítás, hanem egy más identitású, új alkotmány lopakodó bevezetésével ér fel" – fogalmazott a parlamenti döntés előtt, tegnap megjelent írásában Sólyom László. A volt köztársasági elnök, akit 2005-ben a Fidesz emelt az államfői székbe, az alkotmányjog egyik legkiválóbb hazai szakértőjének számít, véleményének az is nyomatékot ad, hogy az Alkotmánybíróság első elnöke volt nyolc éven át. Azzal sem lehet vádolni, hogy a jelenlegi ellenzék pártján állna, ezért különösen súlyosan hangzik, amikor ő mondja ki: megkezdődött az alkotmány eszközként való használata a napi politikai célok szolgálatában; vége a hatalom megosztásán, a hatalmi ágak elválasztásán és azok egyensúlyán alapuló demokráciának.

„ A rezsivel kapcsolatos parasztvakítás egy banánköztársaság kormányfőjének is dicséretére válna.

Orbán Viktor miniszterelnök tegnapi, napirend előtti országgyűlési felszólalásával mintha épp ezt igyekezett volna igazolni, amikor a rezsicsökkentés ügyében botrányosnak minősítette egy másik, független hatalmi ág, a bíróság gázszolgáltatóknak igazat adó ítéletét. Indulatosan közölte: harcolni fognak, hogy a rezsicsökkentés mértéke még nagyobb legyen. A rezsicsökkentés persze mámorító muzsika a választópolgár füleinek, mert balkáni jövedelmeinkhez képest tényleg aránytalanul sokat visznek el a skandináv fizetésekhez méretezett gáz-, áram-, víz- és szemétszámlák. Ha azonban jobban belegondolunk, hamar kiderül: a rezsivel kapcsolatos parasztvakítás egy banánköztársaság kormányfőjének is dicséretére válna. Amit nyerünk a réven, villámgyorsan elveszítjük a vámon. Az élelmiszereket sújtó Európa-csúcs áfával, a magas inflációval, a különadókkal, a más területeken tapasztalható áremelésekkel, a kormányzati propagandaszövegek ellenére mégiscsak növekvő munkanélküliséggel, a megint 300 forint fölé ugrott euróval.

A miniszterelnök pontosan tudja, a választók többsége mindezt nem gondolja végig. Sokaknak még tetszik is, amikor hangulatot kelt a bíróság ellen, és úgy állítja be, mintha a taláros testület a *multinacionális* tőke érdekeit, profitját védené a szegény magyar családokkal szemben. Orbán jellemző módon egyetlen szót sem vesztegetett a hazai és a nemzetközi tiltakozások ellenére a kormánypárti kétharmad igenjeivel tegnap elfogadott negyedik alaptörvény-módosításra. Minek is tette volna. Sólyom László hosszú, szofisztikált okfejtését az alkotmányosság átalakításáról, az Alkotmánybíróság korlátozásáról úgyis kevesen értik meg. A leegyszerűsített magyarázat pedig, hogy az országgyűlés tegnapi döntésével megszűnt az igazi demokrácia Magyarországon, ma már nem hangzik elég sokkolóan.

Ungarische Banane

Titel als metaphorische suspendierte Verweisung

Bezugsstelle 1:

Die Volksverdummung, welche im Zusammenhang mit der Senkung der Wohnnebenkosten betrieben wird, wäre ein Lob für den Präsidenten einer Bananenrepublik.

Bezugsstelle 2:

Wenn wir es uns aber genauer überlegen, dann stellt sich heraus, dass die Volksverdummung, welche im Zusammenhang mit der Senkung der Wohnnebenkosten betrieben wird, **ein Lob für den Präsidenten einer Bananenrepublik wäre.** Was wir gewinnen […], verlieren wir an der hohen Inflation, an Extra-Steuern, an steigenden Preisen in anderen Bereichen, an der trotz der Propagandatexte steigenden Arbeitslosigkeit, am Euro, der wieder über 300 Forint gestiegen ist.

(Kommentar von Zsolt Hollósi in: *Délmagyarország* vom 12.3.2013)

Die Übersetzung ins Deutsche lautet (leicht gekürzt):

> dt. **Ungarische Banane**
> Was jetzt geschieht, ist in Wirklichkeit keine Modifizierung des Grundgesetzes, sondern es kommt einer hinterlistigen Einführung eines neuen Grundgesetzes mit einer anderen Identität gleich – diese Aussage hat László Sólyom in seiner gestern vor dem Parlamentsbeschluss erschienenen Schrift formuliert. Der ehemalige Staatspräsident […] zählt in Ungarn zu den hervorragendsten Experten des Verfassungsrechtes. Seine Meinung hat auch dadurch ein großes Gewicht, dass er acht Jahre lang der erste Vorsitzende des Verfassungsgerichts war. Man kann ihn auch nicht dessen bezichtigen, dass er auf der Seite der gegenwärtigen Opposition stünde. Daher klingt es besonders schwerwiegend, wenn er sagt: Es hat eine Nutzung des Grundgesetzes als Mittel im Dienste politischer Alltagsziele angefangen; eine Demokratie, die auf der Aufteilung der Macht, auf der Aufteilung der Machtzweige und deren Gleichgewicht beruht hat, ist zu Ende.
>
> Als ob der Ministerpräsident, Viktor Orbán, dies in seiner Parlamentsansprache gestern vor der Tageordnung hätte beweisen wollen, bezeichnete er das Urteil eines anderen, unabhängigen Machtzweigs, nach dem die Gasanbieter Recht hätten, mit dem Prädikat skandalös. Zornmütig teilte er mit: Sie werden darum kämpfen, dass das Ausmaß der Wohnnebenkostensenkung noch größer wird. Na klar, die Senkung der Wohnnebenkosten ist eine berauschende Musik in den Ohren der Wähler, denn die nach den skandinavischen Einkommen bemessenen Gas-, Strom-, Wasser- und Müllrechnungen sind disproportional hoch im Vergleich zu unseren Balkan-Gehältern. Wenn wir es uns aber genauer überlegen, dann stellt sich heraus, dass die Volksverdummung, welche im Zusammenhang mit der Senkung der Wohnnebenkosten betrieben wird, ein Lob für den Präsidenten einer Bananenrepublik wäre. Was wir gewinnen […], verlieren wir an der hohen Inflation, an Extra-Steuern, an steigenden Preisen in anderen Bereichen, an der trotz der Propagandatexte steigenden Arbeitslosigkeit, am Euro, der wieder über 300 Forint gestiegen ist.
>
> Der Ministerpräsident weiß ganz genau, dass die Mehrheit der Wähler darüber nicht ernsthaft nachdenkt. Vielen gefällt es sogar, wenn er Stimmung gegen das Verfassungsgericht macht und so tut, als ob das Gremium des Verfassungsgerichts die Interessen und den Profit des multinationalen Kapitals gegen die armen ungarischen Familien verteidigen würde. […]

Die Position der Regierung wird aber sofort mit despektierlich wirkenden Bewertungen entkräftet: „Wenn wir es uns aber genauer überlegen,

dann stellt sich heraus, dass die Volksverdummung, welche im Zusammenhang mit der Senkung der Wohnnebenkosten betrieben wird, ein Lob für den Präsidenten einer Bananenrepublik wäre.“ Diese Stelle ist in der Printversion dieses Kommentars als Zwischentext noch einmal wiederholt und fett hervorgehoben. Danach folgt scheinbar rationales Argumentieren: „Was wir gewinnen […], verlieren wir an der hohen Inflation […]“. Bei einer genaueren Betrachtung dieser Passage fällt jedoch eine Art Schwarzweißmalerei auf, die allerdings in Texten mit polarisierendem Stil nicht selten vorkommt (vgl. dazu SANDIG 2006, 206–207).

Ebenfalls haben wir es hier mit einer metaphorischen suspendierten Verweisung im Titel zu tun. Sie wird eingesetzt, um die Aufmerksamkeit des Rezipienten auf Passagen zu lenken, in denen der Kommentator die Argumente der Gegenpartei entkräftet. Nicht zufällig ist die erste Bezugsstelle des Bildspenders im Titel „Ungarische Banane“ die gerade hervorgehobene Stelle, der Zwischentext mit der despektierlichen Bezeichnung „Präsident […] einer Bananenrepublik“. Die zweite Bezugsstelle findet sich im Kommentartext, einige Zeilen unterhalb des hervorgehobenen Zwischentextes.[33]

5. Fazit

Auf Grund der Ergebnisse der durchgeführten Untersuchung können folgende Kommentarprototypen in den drei Teildiskursen (A−C) erfasst werden:

Der Prototyp des rechtskonservativen Diskurses A: Im Hinblick auf die **Argumentationsstrategie** ist der prototypische rechtskonservative Kommentar hundertprozentig ein Standpunktkommentar (vgl. Tabelle 3). Diese Argumentationsstrategie verbindet sich mit folgenden Varianten **der Reihenfolge der Textbausteine**: Die Variante I (These, Sachverhalt, Argumentation, Ausblick) erscheint hier mit einem Anteil von 44 Prozent, während für die Variante III (These, Argumentation mit

33 Der deutsche Wortlaut beider Bezugsstellen findet sich in den zwei Kästen an der rechten Seite der als Textbeispiel (7) abgebildeten Printversion des ungarischen Kommentars „Magyar banán“.

eingebautem Sachverhalt, Ausblick) ein Vorkommen von 33 Prozent verzeichnet werden konnte. Daneben kommen noch die Variante II und eine Kombination der Varianten II und III in einem niedrigeren Prozentsatz (jeweils 11 Prozent) vor (vgl. Tabelle 4).[34] Demzufolge ist festzustellen, dass der prototypische rechtskonservative Kommentar vorwiegend mit der (Haupt)These – und nicht etwa mit dem Sachverhalt oder gar mit der Argumentation (vgl. dazu die Varianten II oder VI) – beginnt und mit einem Ausblick endet. Für die **Persuasionsstile** des Kommentarprototyps in diesem Diskurs sind Emotionalisierungen ausschlaggebend: Teils werden sie durch zusätzliche Personalisierungen erreicht, die sich mit einem reflektierenden bzw. ästhetisierenden Stil verbinden, teils durch einen vorwiegend emotionalen Stil, der durch weitere Mittel (über Personalisierungen hinaus) erreicht wird (vgl. Tabelle 6). Insgesamt kommen hier Emotionalisierungen auf einen Anteil von 67 Prozent.[35] Demgegenüber ist die Erwartung an einen vorwiegend reflektierenden (zusätzlich ästhetisierenden) Stil ohne Personalisierungen und Emotionalisierungen deutlich kleiner (33 Prozent). Unter den **rhetorisch-stilistischen Maßnahmen** überwiegt metaphorische suspendierte Verweisung im Titel (56 Prozent). Relativ häufig sind daneben weitere ästhetische Mittel im Kommentartext, z. B. metaphorischer Rahmen, Phraseologismen u. a. (44 Prozent). Demgegenüber ist Modalitätenwechsel eine eher seltene Maßnahme (11 Prozent) (vgl. Tabelle 7).

Der Prototyp des linksorientierten/linksliberalen Diskurses B: In seiner **Argumentationsstrategie** weist der linksorientierte/linksliberale

34 Der prozentuale Anteil von jeder der genannten Varianten wird als Verhältnis der Gesamtanzahl der Texte mit der jeweiligen Variante im Teildiskurs A zu der Gesamtanzahl aller Texte in diesem Diskurs errechnet. Z. B. ergeben 4 Texte mit der Variante I im Teildiskurs A mit 9 Textexemplaren 44 Prozent. Entsprechend wird bei weiteren textmusterbildenden Merkmalen (also Persuasionsstilen und rhetorisch-stilistischen Maßnahmen) bei allen drei Prototypen verfahren.

35 Hierzu wurden die insgesamt 6 Texte des rechtskonservativen Diskurses A berücksichtigt, die sich in dem fett eingerahmten Teil der Tabelle 6 befinden.

Kommentarprototyp eine weitgehende Ähnlichkeit mit dem rechtskonservativen Prototyp auf: In einem Anteil von 75 Prozent ist er ein Standpunktkommentar. Jedoch ist hier – im Unterschied zu dem rechtskonservativen Prototyp – auch mit einer anderen Argumentationsstrategie zu rechnen, denn es konnte ein Vorkommen von 25 Prozent für den diskursiven Kommentar verzeichnet werden. Hinsichtlich der **Reihenfolge der Textbausteine** ähnelt dieser Prototyp dem rechtskonservativen, indem der Anteil der Variante I (These, Sachverhalt, Argumentation, Ausblick) hier sogar noch etwas höher als im Prototyp des Diskurses A ist (50 Prozent). Im Unterschied zum rechtskonservativen Kommentarprototyp tritt hier aber in einem Anteil von jeweils 12,5 Prozent eine Variante ohne Sachverhalt und ohne Ausblick (Variante IV) und eine Variante ohne Sachverhalt (Variante V) auf (vgl. Tabelle 4 und 5). In Bezug auf die **Persuasionsstile** kann im Kommentarprototyp des Diskurses B mit reflektierendem oder reflektierendem und zusätzlich ästhetisierendem bzw. ästhetisierendem und zusätzlich reflektierendem Stil ohne Personalisierungen und ohne Emotionalisierungen zu einem Anteil von 56 Prozent gerechnet werden. Der personalisierende und emotionalisierende Stil tritt zusätzlich zu dem ästhetisierenden oder reflektierenden zu einem Anteil von 19 Prozent auf. Im Unterschied zu den Prototypen der Diskurse A und C konnte hier ein Anteil von 25 Prozent für den polarisierenden Stil, „die Kehrseite eines **emotionalisierenden Stils**“ (LÜGER 2012, 74), verzeichnet werden. Der polarisierende Stil tritt in Kombination mit dem reflektierenden und dem ästhetisierenden auf (vgl. Tabelle 6 „diskursiver Kommentar“). Unter den **rhetorisch-stilistischen Maßnahmen** kommt metaphorische suspendierte Verweisung im Titel auf einen Anteil von 50 Prozent. Der Anteil ästhetischer Mittel im Kommentartext ist hier kleiner als im rechtskonservativen Kommentarprototyp (ca. 38 Prozent). Modalitätenwechsel treten jedoch im Prototyp des linksorientierten/linksliberalen Diskurses mit einem Anteil von beinahe 19 Prozent auf, was einen Unterschied sowohl im Vergleich zu den Prototypen der Diskurses A und C ausmacht (vgl. Tabelle 7).

Der Prototyp des politisch nicht deklarierten Diskurses C: In Bezug auf **die Argumentationsstrategie** ist der prototypische politisch ex-

plizit nicht deklarierte Kommentar vorwiegend ein Standpunktkommentar (57 Prozent). Zugleich konnte hier – im Unterschied zu den Prototypen der Diskurse A und B – ein Anteil von 43 Prozent an dialektischem Kommentar verzeichnet werden (vgl. Tabelle 3). Diese Argumentationsstrategien verbinden sich mit folgenden Varianten der **Reihenfolge der Textbausteine**: Die Variante I (These, Sachverhalt, Argumentation, Ausblick) steht hier im Vordergrund. Sie tritt nämlich zu einem Anteil von 57 Prozent auf, während die Häufigkeit der Variante III (These, Argumentation mit eingebauten Sachverhalt, Ausblick) bei 29 Prozent liegt. Eine Kombination der Varianten II und III kommt zu einem niedrigeren Prozentsatz vor (14 Prozent). Insgesamt ähnelt die Reihenfolge der Bausteine dieses Kommentarprototyps mehr dem rechtskonservativen Prototyp als dem linksorientierten/linksliberalen (vgl. Tabelle 4 und 5). Unter den **Persuasionsstilen** herrschen in diesem Prototyp ein reflektierender und zusätzlich ein ästhetisierender, indem ihr Anteil 71 Prozent beträgt. Der emotionalisierende Stil kommt – zusätzlich zu dem reflektierenden bzw. dem ästhetisierenden – in einem viel kleineren Prozentsatz vor (29 Prozent) (vgl. Tabelle 6). Bei den **rhetorisch-stilistischen Maßnahmen** spielt metaphorische suspendierte Verweisung im Titel mit einem Vorkommen von 29 Prozent eine kleinere Rolle als in den beiden anderen Diskursen. Höher als metaphorische suspendierte Verweisung im Titel ist der Anteil an ästhetischen Mitteln im Haupttext dieses Kommentarprototyps: Er beläuft sich auf 43 Prozent. Modalitätenwechsel ist hier – ähnlich wie im Diskurs A – eine eher seltene Maßnahme (14 Prozent) (vgl. Tabelle 7).

Literatur

Brinker, Klaus (1986): Strategische Aspekte von Argumentationen am Beispiel eines Mediengesprächs. In: Hundsnurscher, Franz/Weigand, Edda (Hrsg.): Dialoganalyse. Referate der 1. Arbeitstagung Münster 1986. Tübingen, 173–184.

Brinker, Klaus/Cölfen, Hermann/Pappert, Steffen (^{8}2014): Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. Berlin.

Bußmann, Hadumod (2002): Lexikon der Sprachwissenschaft. Stuttgart.

Drewnowska-Vargáné, Ewa (2015): Pressediskurse im Kontrast – Paralleltextanalysen zum Deutschen, Polnischen und Ungarischen. Landau.

Drewnowska-Vargáné, Ewa (2016a): Argumentative Topoi in ungarischen Kommentaren zur Zypern-Krise – eine kommunikationskulturkontrastive Diskursanalyse. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.): Persuasionsstile in Europa III: Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 218–219), 113–140.

Drewnowska-Vargáné, Ewa (2016b): Argumentative Muster und ihre neuen Varianten in einem mehrsprachigen Kommentardiskurs zur Zypern-Krise. In: Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung 58, 31–53.

Fiehler, Reinhard (1990): Kommunikation und Emotion. Theoretische und empirische Untersuchungen zur Rolle der Emotion in der verbalen Interaktion. Berlin/New York.

Fiehler, Reinhard (2008): Emotionale Kommunikation. In: Fix, Ulla u. a. (Hrsg.), 757–722.

Fix, Ulla/Gardt, Andreas/Knape, Joachim (Hrsg.) (2008): Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung. Berlin/New York. (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. 31.1).

Fries, Norbert (2004): Gefühle, Emotionen, Angst, Furcht, Wut und Zorn. In: Börner, Wolfgang (Hrsg.): Emotion und Kognition im Fremdsprachenunterricht. Tübingen, 3–24.

Harle, Tamás (2012): Az újságírás mestersége és művészete [‘Das Handwerk und die Kunst des Zeitungsschreibens’]. Budapest.

Held, Gudrun (2003): Sprachliche Strategien zur Konstruktion von Jörg Haiders negativem Medienbild in der französischen und italienischen Presse nach der schwarz-blauen Regierungsbildung. Ein Beispiel für die Personalisierung im aktuellen Journalismus. In: Gruber, Helmut/Menz, Florian/Panagl, Oswald (Hrsg.): Sprache und politischer Wandel. Frankfurt a. M. u. a., 273–294.

Held, Gudrun (2005): Covers – ein multimodaler Kontakttext im aktuellen Info-Marketing. In: Lenk, Hartmut E. H./Chesterman, Andrew (Hrsg.): Pressetextsorten im Vergleich – Contrasting Text Types in the Press. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik – Monographien. 17), 323–350.

Herbig, Albert/Sandig, Barbara (1994): Das kann doch wohl nur ein Witz sein! Argumentieren, Bewerten und Emotionalisieren im Rahmen persuasiver Strategien. In: Moilanen, Markku/Tiittula, Liisa (Hrsg.): Überredung in der Presse: Texte, Strategien, Analysen. Berlin/New York, 59–98.

Hermanns, Fritz (1995): Sprachgeschichte als Mentalitätsgeschichte. Überlegungen zu Sinn und Form historischer Semantik. In: Gardt, Andreas (Hrsg.)

(1995): Sprachgeschichte des Neuhochdeutschen: Gegenstände, Methoden, Theorien. Tübingen, 69–101.
Jahr, Silke (2011): Emotionen und Emotionsstrukturen in Sachtexten. Ein interdisziplinärer Ansatz zur qualitativen und quantitativen Beschreibung der Emotionalität von Texten. Berlin u. a. (Nachdruck aus dem Jahr 2000).
Keszler, Borbála/Lengyel, Klára (2008): Ungarische Grammatik. Aus dem Ungarischen übertragen von einer Übersetzergruppe unter der Leitung von Borbála Keszler und Attila Péteri. Hamburg.
Lakoff, George (1987): Women, Fire, and Dangerous Things. Chicago/London.
Lamnek, Siegfried ([4]2005): Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch. Weinheim/Basel.
Lausberg, Heinrich ([3]1990): Handbuch der literarischen Rhetorik. Eine Grundlegung der Literaturwissenschaft. Stuttgart.
Liebert, Wolf-Andreas (1992): Metaphernbereiche der deutschen Alltagssprache: Kognitive Linguistik und die Perspektiven einer Kognitiven Lexikographie. Frankfurt a. M.
Luhmann, Niklas (1975): Einführende Bemerkungen zu einer Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien. In: ders.: Soziologische Aufklärung 2. Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft. Opladen, 170–192.
Lüger, Heinz-Helmut (2001): Akzeptanzwerbung in Pressekommentaren. In: Breuer, Ulrich/Korhonen, Jarmo (Hrsg.): Mediensprache − Medienkritik. Frankfurt a. M. u. a., 207–224.
Lüger, Heinz-Helmut (2008): Textsortenvergleich und Medienanalyse im Grenzgebiet. In: Röseberg, Dorothee/Thoma, Heinz (Hrsg.): Interkulturalität und wissenschaftliche Kanonbildung. Frankreich als Forschungsgegenstand einer interkulturellen Kulturwissenschaft. Berlin, 389–409.
Lüger, Heinz-Helmut (2012): Persuasion als medienlinguistisches Phänomen. In: Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.): Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 211–212), 63–92.
Nowag, Werner/Schalkowski, Edmund (1998): Kommentar und Glosse. Konstanz. (Praktischer Journalismus. 33).
Ortner, Heike (2014): Text und Emotion. Theorie, Methode und Anwendungsbeispiele emotionslinguistischer Textanalyse. Tübingen.
Ottmers, Clemens (1996): Rhetorik. Stuttgart.
Püschel, Ulrich (2008): Stilistik der deutschsprachigen Länder vom Beginn des 20. Jahrhunderts bis zur Gegenwart. In: Fix, Ulla/Gardt, Andreas/Knape, Joachim (Hrsg.), 165–179.
Sandig, Barbara (2000): Text als prototypisches Konzept. In: Mangasser-Wahl, Martina (Hrsg.): Prototypentheorie in der Linguistik: Anwendungsbeispiele – Methodenreflexion – Perspektiven. Tübingen, 93–112.

Sandig, Barbara ([2]2006): Textstilistik des Deutschen. Berlin/New York.
Schäfer, Patrick (2006): Textgestaltung zwischen Nähe und Distanz. Zum Sprachgebrauch der deutschen und französischen Regionalpresse. Landau. (Landauer Schriften zur Kommunikations- und Kulturwissenschaft. 12).
Schalkowski, Edmund (2011): Kommentar, Glosse, Kritik. Konstanz. (Praktischer Journalismus. 85).
Schwarz-Friesel, Monika ([2]2013): Sprache und Emotion. Tübingen/Basel.
Voss, Cornelia (1999): Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung. Frankfurt a. M. u. a.
Weber, Stefan (1995): Nachrichtenkonstruktion im Boulevardmedium. Die Wirklichkeit der „Kronen Zeitung". Wien.
Weinrich, Harald (1976): Sprache in Texten. Stuttgart.

HEINZ-HELMUT LÜGER

Kommentierungsmuster in der französischen Tagespresse

Abstract

In this paper, the predominant question in focus is: at what levels can certain comment patterns or general regularities be identified? Two hypotheses are considered. (1) Comment patterns are characterized by gradual differences, less by sharp boundaries. (2) At all levels of text formation, specific patterns can be distinguished. Based on the concepts of communication theory, an attempt is made to analyse various forms of commentary realization, to grasp both the stylistic diversity and to illustrate a prototypical text-type conception.

1. Einleitung

Im Mittelpunkt des Beitrags steht die Frage, inwieweit und auf welchen Ebenen es sinnvoll erscheint, im Rahmen journalistischer Kommentare bestimmte Muster oder etablierte Regelhaftigkeiten zu unterscheiden. Zu diesem Zweck werden nach einer einführenden Skizze zum journalistischen Kommentieren (Kap. 2) zwei allgemeine Hypothesen formuliert (Kap. 3). Es folgt der Versuch, mit Hilfe des Begriffs der ‚Zusatzhandlung' einige bisher weniger beachtete Möglichkeiten der Musterdifferenzierung auszuloten (Kap. 4). Anschließend geht es noch einmal um den argumentativen Kern von Kommentaren und um die Ermittlung von Mustern auf der Basis von Verfahren der Akzeptanzstützung und der Thesenbildung (Kap. 5). Ein resümierendes Fazit bilanziert die

Problematik vorgenommener Abgrenzungen und verweist auf ungelöste Fragen (Kap. 6).[1]

2. Journalistisches Kommentieren

Kommentaren in der Presse (und in anderen Medien) fällt normalerweise die Aufgabe zu, eine Stellungnahme zu einem aktuellen Ereignis, zu einer gesellschaftlichen Entwicklung oder zu einer speziellen politischen Entscheidung abzugeben und diese der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Dabei kann der Ausdruck *Stellungnahme* auf recht verschiedenartige Phänomene verweisen: Sehr häufig münden Kommentare in eine positive oder negative Meinungskundgabe, oder sie nehmen Einordnungen in größere Zusammenhänge vor, erklären einen Sachverhalt, sprechen Warnungen aus, loben eine Neuerung oder fordern bezüglich des gegebenen Kommentargegenstands zu einer bestimmten Handlungsweise auf. Das mögliche Spektrum ist also breitgefächert, und es leuchtet insofern ein, journalistische Kommentare generell zur Klasse der meinungsbetonten Texte zu rechnen.

In der Tagespresse stellen Kommentare jedoch nicht die einzigen meinungsbetonten Beiträge dar. Zunächst wäre zu unterscheiden zwischen Beiträgen, die verbal vermittelt werden, und solchen, die man als primär bildliche Kommunikate auffassen kann: den Karikaturen; ‚primär bildlich' deshalb, weil in der Regel auch verbale Anteile in Form von Legenden oder Sprechblasen vorhanden sind (vgl. den Überblick in Abbildung 1).

Weiterhin ließen sich redaktionell erstellte Texte und gleichsam von außen kommende Beiträge differenzieren; zur zweiten Gruppe würden z. B. Leserbriefe (*courrier des lecteurs*) und Kolumnen bzw. sog. Gastbeiträge (*chroniques*) gehören, ebenso dialogisch strukturierte Interview-Artikel. Zu den zeitungstypischen, von einer Redaktion selbst ver-

1 Die Ausführungen verstehen sich als Fortsetzung des Beitrags „Kommentieren als komplexes Sprachhandeln", in: GIESSEN/LENK (2017, 179–203).

antworteten Beiträgen wären hier die eigentlichen Kommentartexte, einschließlich der hervorgehobenen Leitartikel (*éditoriaux*), und die meist pointiert und weniger sachlich-ernst formulierten Kurzkommentare (*billets*, vergleichbar den Glossen) zu rechnen.

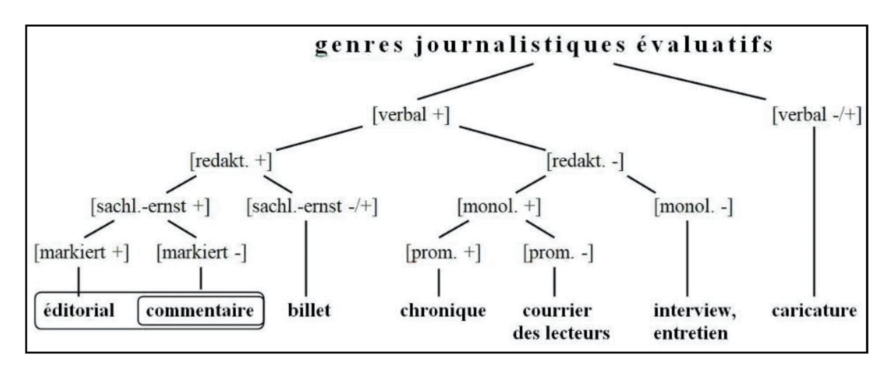


Abb. 1: Meinungsbetonte Beiträge

Kommentare (im Sinne von *commentaires*) sind grundsätzlich reaktive Texte. Sie setzen normalerweise eine Berichterstattung zum gleichen Sachverhalt voraus; diese kann z. B. aus einem informationsbetonten Beitrag bestehen oder sich auf mehrere Texte verteilen (Cluster-Prinzip). Auf jeden Fall sind Kommentare auf diese Weise intertextuell eng mit ihrem jeweiligen Umfeld in der Zeitung verbunden, oft sogar über einzelne Ausgaben hinaus.

Das Ziel von Kommentaren beschränkt sich nun nicht darauf, eine Position um ihrer selbst willen zur Sprache zu bringen. Entsprechende Beiträge sind Teil der öffentlichen Kommunikation und werden üblicherweise nicht ohne weitergehende Absicht geschrieben:

> Kommentatoren werten etwas nicht gleichsam in den leeren Raum hinein; die Wertungen sind Appelle zu affirmativem Verhalten des Lesers, und sie bilden zugleich Stellungnahmen des Sender-Subjekts [...]. (GROẞE 1974, 420)

Kommentaren kommt also immer auch eine persuasive Funktion zu. Sie zielen, allgemein gesprochen, auf eine Beeinflussung des Adressaten ab:

Seine (vom Textproduzenten antizipierte) Einstellung bzw. Haltung soll bestätigt oder in einem bestimmten Sinne verändert werden. Um eine solche **Positionsübernahme** bewirken zu können, ist es für einen Kommentator wichtig, die Geltung einer These, einer Konklusion plausibel, für die Leserschaft nachvollziehbar zu machen. Wie bereits in verschiedenen Untersuchungen demonstriert, sind konkrete verständnis- und akzeptanzstützende Maßnahmen notwendig, um eine Absicherung der geäußerten Proponenten-These in Abhängigkeit angenommener Widerstände und verfügbarer Argumente zu forcieren.[2] Oft werden auch Opponenten-Thesen in diesem Sinne genutzt, und zwar mittels einer eindeutig abwertenden Präsentation oder durch direkte argumentative Widerlegung. So lassen sich schließlich auch solche Positionen mit Blick auf das Proponenten-Ziel als zusätzliche Stützung betrachten.

Was nun die konkreten Verfahren zur Geltendmachung einer These betrifft, gilt es in Kommentaren, geeignete, d. h. für den Adressaten überzeugende Begründungen oder Rechtfertigungen anzugeben. Zur Veranschaulichung einer möglichen Vorgehensweise sei ein Beispiel aus dem *Helsinkier Kommentar-Korpus* angeführt (siehe (1)).

Der Text entstammt der überregionalen französischen Tageszeitung *Aujourd'hui* und findet sich dort in der festen, farbig abgesetzten Kommentar-Rubrik L'ENJEU (am ehesten übersetzbar als 'Streitobjekt' oder 'Im Blickpunkt'). Kommentiert wird die Papstwahl 2013.

2 Verwiesen sei u. a. auf ADAM (1999), WEN (2001), LENK (2012), LÜGER (2012), DREWNOWSKA-VARGÁNÉ (2015), PETKOVA-KESSANLIS (2017).

(1)

L'ENJEU

C'est un symbole fort : l'Eglise s'est choisi, hier soir, un chef originaire d'Amérique latine, le continent le plus catholique du monde aujourd'hui. François, né en Argentine, est ainsi le premier pape latino de l'histoire, le premier non européen depuis des siècles. Après le pontificat de Benoit XVI, marqué par de multiples scandales, les cardinaux ont-ils voulu changer de registre, montrer un nouveau visage de l'Eglise, moins dogmatique, plus humaine, plus charismatique ? Certainement. Est-ce véritablement un tournant ? Les vaticanistes l'assurent. Mais il est évidemment encore trop tôt pour le dire. Reste aujourd'hui à François, un nom qui a autant surpris que son élection, d'incarner le renouveau attendu par de nombreux fidèles. Et de faire face à tous les défis de l'Eglise.

Das ist ein starkes Symbol: Die Kirche hat sich gestern abend einen Chef gegeben, der aus Lateinamerika stammt, dem katholischsten Kontinent der heutigen Welt. Franziskus, der in Argentinien geboren ist, ist also der erste lateinamerikanische Papst der Geschichte, der erste Nichteuropäer seit Jahrzehnten. Wollten die Kardinäle nach dem Pontifikat von Benedikt XVI., das etliche Skandale erlebte, einen Stilwechsel, ein neues Bild der Kirche vorführen, ein Bild, das weniger dogmatisch, das menschlicher und charismatischer erscheint?
Bestimmt. Handelt es sich wirklich um eine Wende? Die Vatikankenner sagen ja. Aber um das sagen zu können, ist es natürlich noch viel zu früh. Im Moment obliegt es Franziskus – ein Name übrigens, der ebenso überraschte wie die Wahl selbst – die von vielen Gläubigen erwartete Erneuerung zu verkörpern. Und sich allen Herausforderungen der Kirche zu stellen.

(*Aujourd'hui* 14.03.2013)

Gleich zu Beginn formuliert der Autor die zentrale Proponenten-These (K_{prop}), gefolgt von einem rechtfertigenden Argument („Die Kirche hat sich [...] einen Chef gegeben, der aus Lateinamerika stammt“); es folgen indirekt stützende Erklärungen zu diesem Argument (vgl. (1a)):

(1a)

C'est un symbole fort : l'Eglise s'est choisi, hier soir, un chef originaire d'Amérique latine, le continent le plus catholique du monde aujourd'hui. François, né en Argentine, est ainsi le premier pape latino de l'histoire, le premier non européen depuis des siècles. Après le pontificat de Benoît XVI, marqué par de multiples scandales, les cardinaux ont-ils voulu changer de registre, montrer un nouveau visage de l'Eglise, moins dogmatique, plus humaine, plus charismatique ? Certainement.	**Das ist ein starkes Symbol:** Die Kirche hat sich gestern abend einen Chef gegeben, der aus Lateinamerika stammt, dem katholischsten Kontinent der heutigen Welt. [...]	K_{prop} ← Arg ← Erkl {...}
Est-ce véritablement un tournant ? Les vaticanistes l'assurent. Mais il est évidemment encore trop tôt pour le dire. Reste aujourd'hui à François, un nom qui a autant surpris que son élection, d'incarner le renouveau attendu par de nombreux fidèles. Et de faire face à tous les défis de l'Eglise.	Handelt es sich wirklich um eine Wende? Die Vatikankenner sagen ja. [...]	K_{opp} (?) ↕ K'_{prop} ← Erkl {...}

Dieser argumentativen Sequenz steht nun eine Satzfolge entgegen, die man aufgrund der einleitenden Frage „Handelt es sich wirklich um eine Wende?" für die Entfaltung einer Opponenten-These (K_{opp}) halten könnte. Doch bereits die anschließende Äußerung („Die Vatikankenner sagen ja") macht deutlich: Es bleibt nur bei einer Andeutung; die Reformulierung der Proponenten-These (K'_{prop}) sorgt mit den zusätzlichen Erklärungen mittelbar für eine weitere Stützung der übergeordneten Texthandlung (vgl. den nach oben weisenden Pfeil in (1a)).

Die skizzierte Textstruktur gibt eine Vorgehensweise wieder, wie sie für viele Kommentarbeiträge charakteristisch ist. Eine zentrale These erfährt als dominierende Handlung eine mehrfache Stützung durch subsidiäre Rechtfertigungen, Begründungen oder Erklärungen; ist noch eine antithetische Behauptung gegeben, wird diese meist widerlegt und trägt so auf indirektem Wege ebenfalls zur Geltendmachung der übergeordneten These/Konklusion bei.

Auf dieser Grundlage lassen sich ebenfalls bestimmte Muster der Kommentierung unterscheiden. So grenzt zum Beispiel VOIROL (1997, 62f.) bewertende Kommentare (*prises de position*) von erklärenden Beiträgen (*articles d'explication d'un problème d'actualité*) ab.[3] Noch einen Schritt weiter geht SCHALKOWSKI. Zwar liegen auch hier die Funktionen ‚Erklären' und ‚Bewerten' zugrunde:

> Der Kommentar nimmt Stellung zu einem Ereignis, indem er es mit guten Gründen erklärt oder bewertet. (SCHALKOWSKI 2011, 23)

Aber mit Blick auf die argumentative Umsetzung nimmt der Autor eine Dreiteilung vor und kommt schließlich zu folgender Grobgliederung (2011, 50–55):

– Standpunkt-Kommentar
  (Im Vordergrund steht ausschließlich die eigene Argumentation, Gegenargumente werden ausgeklammert.)
– dialektischer Kommentar
  (Pro- und Gegenargumente werden gleichrangig behandelt, eine Parteinahme bleibt dem Leser überlassen.)
– diskursiver Kommentar
  (Pro- und Gegenargumente werden gegenübergestellt, der Position mit den stärkeren Argumenten wird der Vorzug gegeben.)

Diese Klassifizierung mag für Zwecke des praktischen Journalismus durchaus zweckmäßig sein. Wenn im Folgenden dennoch eine andere Perspektive eingenommen wird, dann aus zwei Gründen: Zum einen ist es im Rahmen konkreter Kommentaranalysen äußerst schwierig, so klare Grenzziehungen vorzunehmen; die Textrealität zeichnet sich eher durch fließende Übergänge aus (vgl. GROßE/SEIBOLD 1996). Zum andern zielen Kommentare längst nicht immer nur auf ein ‚Erklären' oder ‚Bewerten' ab. Es erscheint vielmehr angebracht, das prototypische Textsorten-Konzept auch auf journalistische Beiträge zu übertragen (vgl. LÜGER 2015). Demnach – und gestützt durch entsprechende Textbetrachtungen – könnte man das ‚Bewerten' als eine zentrale, konstitutive Handlungskomponente auffassen und Textsortenmerkmale wie

3 Ähnlich auch die Unterscheidungen bei MONTANT (1994).

das ‚Erklären', das ‚Empfehlen' oder ‚Warnen' und sogar das ‚Auffordern' als zunehmend periphere Kommentareigenschaften betrachten. Dieser Gesichtspunkt sollte bei den anschließenden Überlegungen nicht aus den Augen verloren werden.

3. Hypothesen

Angesichts der vielfältigen Textgestaltungsformen, der zahlreichen Übergangs- und Mischformen fällt es schwer, typische Muster in Pressekommentaren auszumachen. Disjunkte Einteilungen mit scharfen Grenzen stehen offensichtlich nicht im Einklang mit der journalistischen Textwirklichkeit. Hinzu kommt ein weiterer Punkt: Die Zuschreibung von Bedeutungen, von Handlungen bzw. Handlungsmustern bleibt immer gebunden an die Interpretation durch den Leser und damit auch an die gegebenen Verstehensvoraussetzungen. Je nach Vorinformationsniveau und je nach vorhandenen Einstellungen kann es also zu recht unterschiedlichen Deutungen kommen.[4]

Insofern empfiehlt es sich, bei der Typisierung textueller Befunde eine gewisse Vorsicht und Flexibilität walten zu lassen. Es erscheint einleuchtend, als erste allgemeine Hypothese festzuhalten:

(i) Kommentarspezifische Muster zeichnen sich vor allem durch graduelle Unterschiede aus, weniger durch scharfe Grenzen.

Es geht also darum zu prüfen, inwieweit es innerhalb des Spektrums konkreter Textmanifestationen möglich ist, noch bestimmte Prototypen oder Muster zu unterscheiden.

Zudem sei eine schon mehrfach beschriebene Texteigenschaft wieder aufgegriffen: Kommentaren kommt nicht allein die Aufgabe zu, bezüglich eines strittigen Sachverhalts Thesen und Argumente zu präsentieren. Zusätzlich zu den zentralen Texthandlungen liefern sie in der Regel auch Informationen zum Textproduzenten (z. B. seiner sprachlichen

---

4 Es erübrigt sich, an dieser Stelle nochmals auf den Faktor ‚Mehrfachadressiertheit' einzugehen; ausführlicher am Beispiel von Kommentartexten: LÜGER (2017).

Kompetenz), zum Publikationsorgan (z. B. zur kirchenpolitischen Position), gestalten die Beziehung zur Leserschaft mit (z. B. durch das Bestätigen antizipierter Einstellungen), etablieren eine besondere Ereignis-Perspektive (z. B. eine sachlich-ernste oder spöttisch-distanzierte Kommunikationsmodalität), enthalten Hinweise zur Textorganisation (z. B. Konnektoren der Abschnittsgliederung) und sorgen mit speziellen Maßnahmen der Hervorhebung für die Steuerung von Aufmerksamkeit (z. B. durch originelle oder rätselhaft wirkende Kommentartitel). Als Hypothese ließe sich demzufolge formulieren:

(ii) Kommentarspezifische Muster können sich auf allen Ebenen der Textbildung ergeben.

Oder als schematische Übersicht:

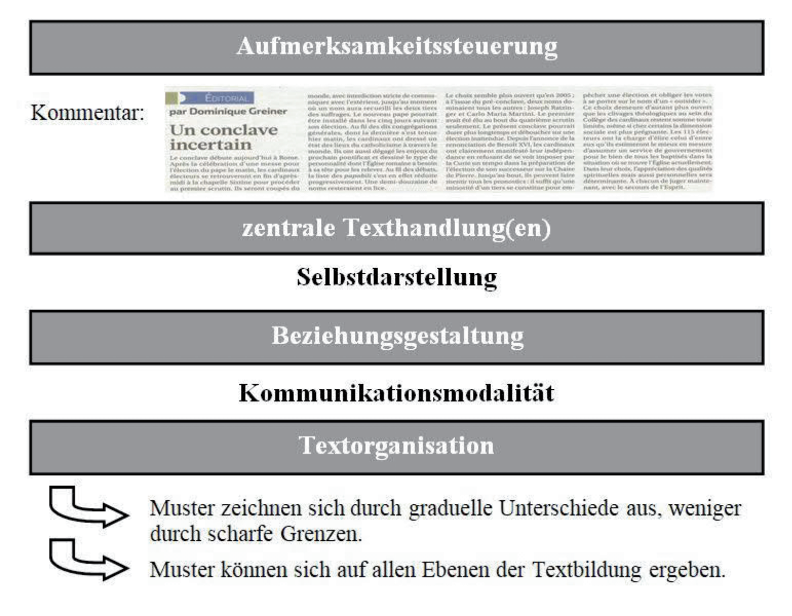


Abb. 2: Textbildungsebenen und Hypothesen

Bevor auf die einzelnen textkonstitutiven Ebenen eingegangen wird, sei noch kurz eine begriffliche Erläuterung nachgetragen. So wie sich ganze

Texte nicht auf einen einzigen Bedeutungsaspekt reduzieren lassen, sind in der Regel auch einzelnen sprachlichen Äußerungen noch bestimmte untergeordnete Handlungen zuschreibbar. Die einleitende Aussage „Das ist ein starkes Symbol“ in (1) ist ohne Frage als Bewertung des vorliegenden Sachverhalts (nämlich der Papstwahl) zu verstehen; außerdem jedoch kann man sie z. B. deuten als Bestätigung einer bejahenden Haltung zum Geschehen, als Appell, sich der Position anzuschließen, oder ebenso als Signal, mit dem eine evaluierende Sequenz eröffnet wird. ‚Bewerten‘ wäre hier also die übergeordnete Sprachhandlung; verstärkt oder präzisiert würde sie durch die genannten **Zusatzhandlungen**, so der von SANDIG (1978, 84) eingeführte Terminus.

4. Zusatzhandlungen und Musterdifferenzierung

4.1. Wenn man Kommentarbeiträge unter dem Gesichtspunkt der Aufmerksamkeitssteuerung betrachtet, fallen sogleich die unterschiedlichen Verfahren der Hervorhebung auf. So kann eine Zeitung entsprechende Artikel bereits auf der Titelseite (wie in (3)) oder im Innenteil (vgl. (2)) präsentieren – und damit eine erste Relevanzeinstufung andeuten. Hinzu kommen weitere Möglichkeiten, mit Mitteln des Layouts und der Typographie die zugeschriebene Wichtigkeit des betreffenden Sachverhalts zu signalisieren; im einzelnen sind zu nennen:

- farbiger Texthintergrund (z.B. *Aujourd’hui*, vgl. (2))
- Artikelrahmung, oft farbig (*L’Alsace*, vgl. (4))
- farbige Textsorten-Kennzeichnung (*la Croix*, *Libération*, vgl. (3))
- Schriftgröße + Schriftart der Überschrift (generell, vgl. (6))
- namentliche Kennzeichnung + Porträtfoto des Kommentators (*la Croix*, *Dernières Nouvelles d’Alsace*, vgl. (5))
- Flattersatz vs. Blocksatz (*Aujourd’hui*, *Libération*, vgl. (2))
- Fettdruck (*Le Républicain Lorrain*)
- Logo der Zeitung (z. B. *Le Monde*, *Le Figaro*, vgl. (6))

Zu den aufgelisteten Mitteln, die einen Kommentartext zusätzlich hervorheben, würden ebenfalls die für den Leser erwartbare Konstanz des jeweiligen Textdesigns und die normalerweise gleichbleibende Positionierung auf der Zeitungsseite gehören.

(2)



Le fait du jour

02

François, le pape venu

L'archevêque de Buenos Aires a été élu hier au trône de saint Pierre. Une surprise puisque Jorge Mario Bergoglio, 76 ans, n'était pas favori.

« Ils en avaient pas trop parlé, de lui ! »

Aujourd'hui

(*Aujourd'hui* 14.03.2013, S. 2)

(3)



la Croix

Dossier spécial Election de François Ier

Le pape venu du Sud

Le cardinal argentin Jorge Mario Bergoglio a été élu pape hier, et a pris le nom de François Ier. Premier pape latino-américain, il portera la voix du Sud

Éditorial

par Dominique Quinio

Le début du chemin

(*la Croix* 14.03.2013, S. 1)

(4)



Éditorial

Par Raymond Couraud

Le pape du peuple

François Ier ! Le nouveau pape aura surpris dès les premiers instants de son pontificat en choisissant de porter le prénom de saint François d'Assises, symbole de piété et de simplicité. Mais ce n'est pas là la principale surprise de cette élection rapide. Le trône de saint Pierre échappe aux Européens, c'est bien le signe que les catholiques entrent dans une nouvelle ère, qui confirme que leur destin se

(*L'Alsace* 14.03.2013)

(5)



COMMENTAIRE

Restaurateur

DOMINIQUE GREINER (À ROME)

Le nom de François, qu'a décidé de porter le nouveau pape, est celui du Poverello qui a épousé « Dame pauvreté ». Ce choix de vie est d'abord une réponse à un appel intérieur de



(*la Croix* 16.03.2013)

(6)



éditorial

par Étienne de Montety
edemontety@lefigaro.fr

La figure de l'espérance

Jorge Mario Bergoglio élu pape, le monde a aussitôt les yeux tournés vers François Ier : que va faire cet homme mal connu du grand public ?
Pour un peu on accueillerait le nouveau chef

que le chef d'une administration. Sa vocation intime est de sortir des murs de la ville. Surtout en un temps où le catholicisme est immergé au cœur d'un monde où sa parole ne va pas de soi. Certes, à l'échelle de la planète, le nombre des fidèles croît, mais, dans les pays de « vieille chrétien-

(*Le Figaro* 14.03.2013)

Nicht vergessen werden sollte zudem die sprachstilistische Textgestaltung. Auch sie kann nicht unwesentlich zur aufmerksamkeitsfördernden Hervorhebung von Kommentaren beitragen. Hier wären die bekannten und in der Literatur mehrfach beschriebenen **Verfahren des Attraktiv- und Markantmachens** zu nennen (HOFFMANN 1998; SANDIG 2006): z. B. die Wahl origineller, anspielungsreicher oder rätselhafter Überschriften, der Einsatz rhetorischer Mittel, der Gebrauch eines nähesprachlichen oder polarisierenden Wortschatzes, der Rückgriff auf ästhetisierende Maßnahmen (fortgesetzte Metaphern, Spiele mit Isotopieebenen) oder auf eine emphatische Syntax.[5]

Natürlich sollte man die genannten Verfahren nicht isoliert sehen. Wie an den Beispielen (2) und (3) erkennbar, sind die Kommentare meist Teil eines größeren Clusters. Die Aufmerksamkeitssteuerung erfolgt also im Zusammenspiel mehrerer Komponenten: Großflächige Fotos, die die gesamte Berichterstattung dominieren, kommen als erste in den Blick, auf den Kommentar machen das jeweilige Layout und die Überschrift aufmerksam, und die textspezifischen sprachstilistischen

5 In dem Zusammenhang verweist LENK (2015) auch auf eine Tendenz zur Verwendung hybrider Textgestaltungsweisen, z. B. der Übernahme von Briefmustern oder dialogischer Strukturen. Ansatzweise zeigt sich eine solche Dialogisierung bereits in (1) mit der Frage-Antwort-Abfolge („Est-ce véritablement un tournant ? Les vaticanistes l'assurent."). Allerdings sind solche Hybridisierungs-Tendenzen in französischen Kommentaren wesentlich schwächer ausgeprägt als in deutschen Beiträgen. – Ebensowenig ist ein anderes aufmerksamkeitssteuerndes Merkmal, die Bildung auffälliger, kreativer Ad-hoc-Komposita (KNIPF-KOMLÓSI 2009), im Französischen aus sprachtypologischen Gründen nicht gebräuchlich.

Maßnahmen dienen schließlich dazu, das Lektüreinteresse zu stimulieren bzw. aufrechtzuerhalten. Hier von Zusatzhandlungen zu sprechen, ist insofern plausibel, als das Aufmerksamkeitssteuernde, das Hervorhebende, jeweils zu den visuell und verbal vermittelten übergeordneten Handlungen des Mitteilens, des Bewertens usw. hinzukommt.

Im Sinne wiederkehrender (und aus Rezipientensicht erwartbarer) Merkmalskombinationen zeichnen sich also je nach Zeitung bei der gewählten Berichterstattung durchaus verschiedene Muster ab: Während z. B. *Aujourd'hui* und *Libération* eine vergleichsweise zurückhaltende Kommentar-Präsentation wählen, bevorzugen *la Croix* und *Le Figaro* eine eher exponierte Darstellungsweise (Plazierung auf der Titelseite, deutliche Betonung des Textlayouts). Insgesamt kommt dabei ein breites Spektrum an Gestaltungsmitteln in Betracht, die sich in unterschiedlichem Maße aufmerksamkeitssteuernd nutzen lassen:

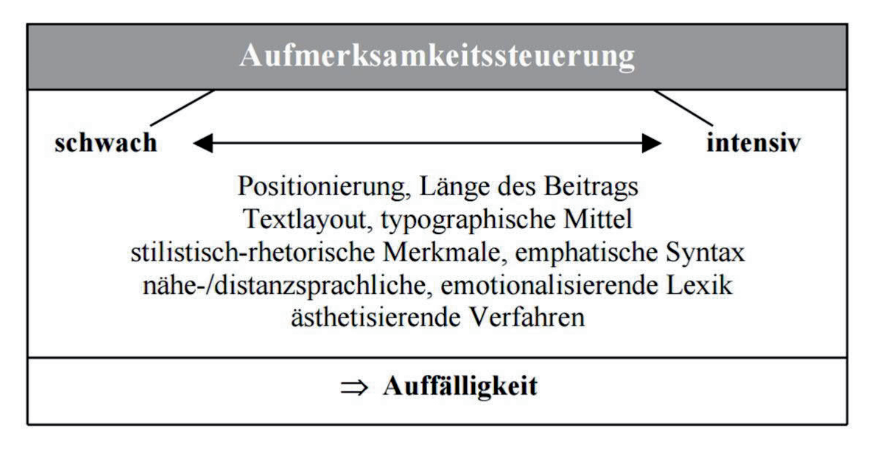
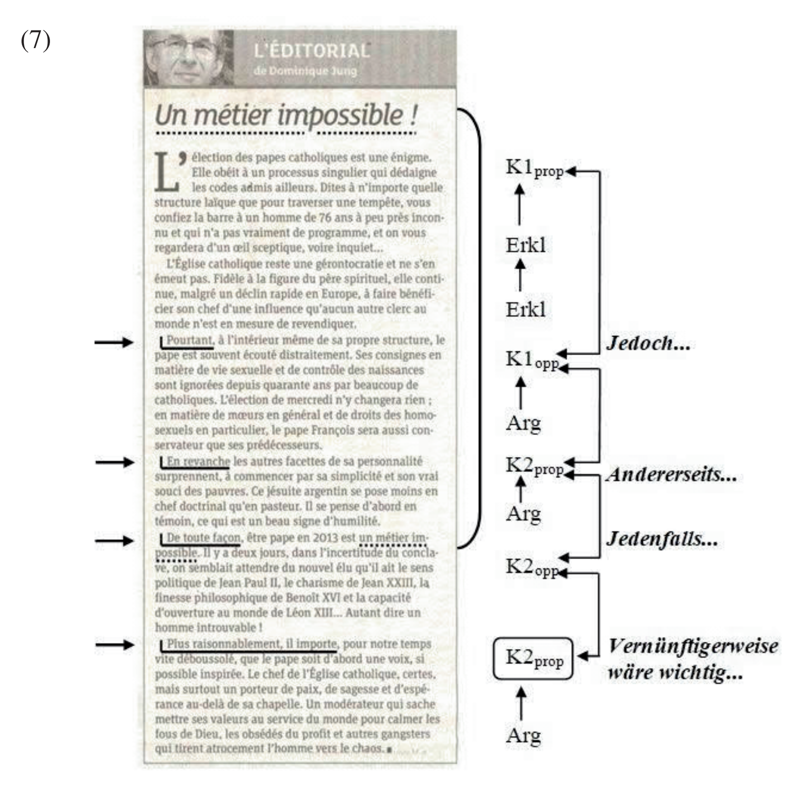


Abb. 3: Musterbildung und Aufmerksamkeitssteuerung

4.2. Auch hinsichtlich der Textorganisations-Ebene sind sehr unterschiedliche Ausprägungen denkbar. So kann beispielsweise die Ablaufstruktur bereits durch das Textlayout unterstrichen werden, etwa durch klar abgegrenzte Absätze oder durch entsprechende typographische Mittel. Eine weitere Möglichkeit, den Aufbau eines Beitrags für

den Leser transparenter zu machen, besteht in der Verwendung von Gliederungssignalen, etwa bestimmter argumentativer Konnektoren. Daneben existieren natürlich, wie in Texten generell, die gängigen Verfahren der Herstellung von Kohäsion und Kohärenz. Hierzu ein Beispiel:

(7)



L'ÉDITORIAL
de Dominique Jung

Un métier impossible !

L'élection des papes catholiques est une énigme. Elle obéit à un processus singulier qui dédaigne les codes admis ailleurs. Dites à n'importe quelle structure laïque que pour traverser une tempête, vous confiez la barre à un homme de 76 ans à peu près inconnu et qui n'a pas vraiment de programme, et on vous regardera d'un œil sceptique, voire inquiet...

L'Église catholique reste une gérontocratie et ne s'en émeut pas. Fidèle à la figure du père spirituel, elle continue, malgré un déclin rapide en Europe, à faire bénéficier son chef d'une influence qu'aucun autre clerc au monde n'est en mesure de revendiquer.

Pourtant, à l'intérieur même de sa propre structure, le pape est souvent écouté distraitement. Ses consignes en matière de vie sexuelle et de contrôle des naissances sont ignorées depuis quarante ans par beaucoup de catholiques. L'élection de mercredi n'y changera rien ; en matière de mœurs en général et de droits des homosexuels en particulier, le pape François sera aussi conservateur que ses prédécesseurs.

En revanche les autres facettes de sa personnalité surprennent, à commencer par sa simplicité et son vrai souci des pauvres. Ce jésuite argentin se pose moins en chef doctrinal qu'en pasteur. Il se pense d'abord en témoin, ce qui est un beau signe d'humilité.

De toute façon, être pape en 2013 est un métier impossible. Il y a deux jours, dans l'incertitude du conclave, on semblait attendre du nouvel élu qu'il ait le sens politique de Jean Paul II, le charisme de Jean XXIII, la finesse philosophique de Benoît XVI et la capacité d'ouverture au monde de Léon XIII... Autant dire un homme introuvable !

Plus raisonnablement, il importe, pour notre temps vite déboussolé, que le pape soit d'abord une voix, si possible inspirée. Le chef de l'Église catholique, certes, mais surtout un porteur de paix, de sagesse et d'espérance au-delà de sa chapelle. Un modérateur qui sache mettre ses valeurs au service du monde pour calmer les fous de Dieu, les obsédés du profit et autres gangsters qui tirent atrocement l'homme vers le chaos. ■

(*Dernières Nouvelles d'Alsace* 15.03.2013;
die Unterstreichungen wurden hinzugefügt)

In (7) sorgt schon die Abfolge der einzelnen Absätze für eine erste Verdeutlichung der **Textgliederung**. Diese Gliederung wird bestätigt durch mehrere einleitende Konnektoren *pourtant*, *en revanche*, *de toute façon*, die gleichzeitig auf eine adversative Rolle bezüglich des jeweils voran-

gehenden Abschnitts verweisen. Auch der adverbiale Ausdruck *plus raisonnablement* fungiert in diesem Sinne, wodurch insgesamt die alternierende Reihung von Proponenten- und Opponenten-Positionen unterstrichen wird. Zusätzlich ergibt sich aus der Wiederaufnahme der Überschrift *Un métier impossible !* (‘Ein unmöglicher Beruf!’) im fünften Abschnitt (s. gepunktete Unterstreichung) eine weitere inhaltliche Klammer. Ein so explizites Markierungsmuster für Aspekte der Textorganisation wie in (7), wo sich Merkmale des Textlayouts und verschiedene Gliederungssignale wirkungsvoll ergänzen, ist in der französischen Tagespresse allerdings nicht der Normalfall und dürfte auf der Skala ‚markiert – unmarkiert‘ eher dem erstgenannten Pol zuzuordnen sein (vgl. Abbildung 4).

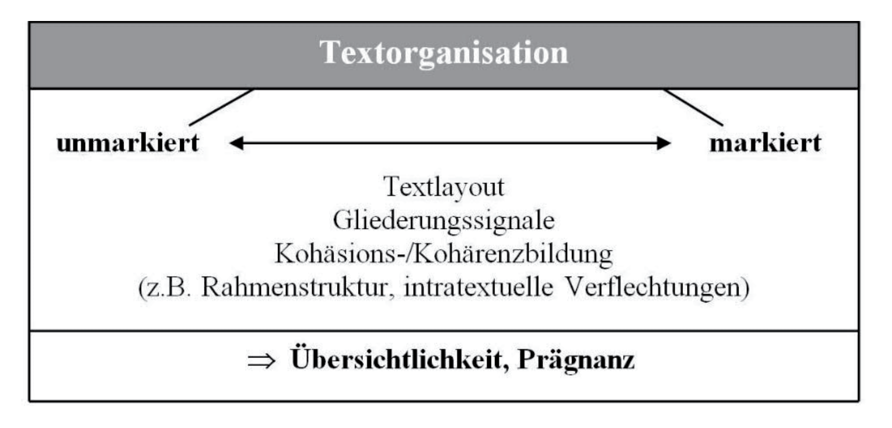


Abb. 4: Musterbildung und Textorganisation

4.3. In journalistischen Kommentaren herrscht üblicherweise eine sachlich-ernste Kommunikationsmodalität vor. Eine Abweichung hiervon ergibt sich meist nur dann, wenn ein gegebener Sachverhalt aus einer besonders distanzierten, bisweilen auch sarkastisch-spöttischen Perspektive betrachtet wird. Ein treffendes Beispiel liefert in dieser Hinsicht der bereits ausführlich diskutierte Kommentar *Onction* (Salbung, Weihe; Salbungsvolles) aus der Pariser Tageszeitung *Libération* (12.03.2013; vgl. LÜGER 2017, 190–195). Charakteristisch ist hier, wie

schon mit der Doppeldeutigkeit des Titels angelegt, der mehrfache Wechsel, und zwar von einer spöttisch-distanzierten Kommunikationsmodalität zu einer reflektierenden, sachlich-ernsten (vgl. (8)).

(8)



ÉDITORIAL
Par FRANÇOIS SERGENT

Onction

C'est sous les fresques homoérotiques de Michel-Ange qu'une centaine d'hommes plutôt mûrs doivent cette semaine élire le successeur de Benoît XVI. L'Eglise catholique, l'une des plus vieilles institutions du monde encore en activité, va ainsi confronter ses pratiques millénaires avec un univers qui ne croit plus au ciel mais qui demande des comptes à un Saint-Siège contesté. Les rumeurs romaines disent que les plus modernistes des cardinaux souhaitent que le futur pape réforme tout à la fois le gouvernement de l'Eglise, confronte la question des finances opaques du Vatican et enfin condamne sans ambiguïté les prêtres pédophiles et ceux qui les ont couverts. Une lourde tâche pour le successeur de Saint-Pierre. Nos envoyés spéciaux à Rome décrivent ainsi un conclave new-look où les cardinaux ont appris à se servir des tablettes et donnent interviews et conférences de presse. Des activités séculières s'il en fut dans une assemblée autrefois plus branchée sur la prière que sur Twitter. Preuve sans doute que l'Eglise est œuvre des hommes et *mimesis* de son siècle. Le conclave a élu en son temps Alexandre VI, père de six enfants, dont le sympathique César Borgia, ou Léon X, grand trafiquant d'indulgences. Au XXe siècle, Jean Paul II, Benoît XVI, ou Pie XII ont montré que l'onction divine n'assure pas l'infaillibilité. Ce que ne doivent oublier ni les électeurs en pourpre cardinalice ni leurs fidèles.

(*Libération* 12.03.2013)

Die als ‚spöttisch-distanziert' einzuordnenden Abschnitte sind in (8) mit einer schwarzen Randmarkierung versehen; die betreffenden Ausdrücke, die als Kontextualisierungshinweise fungieren und diese Kommu-

nikationsmodalität auslösen oder bestätigen, wurden unterstrichen. Die übrigen „normalen“ Passagen, die man als ‚sachlich-ernst‘ einstufen könnte, weisen eine gestrichelte Klammer auf. Dem Kommentator bzw. der Zeitung kommt es offenbar darauf an, sich von der allgemeinen Art der Berichterstattung abzusetzen und die Papstwahl aus einer kritischen und für den Leser amüsanten Perspektive zu betrachten. So werden gleich zu Beginn die Teilnehmer des Konklaves als „Männer reiferen Alters“ bezeichnet, die sich unter den „homoerotischen Fresken Michelangelos“ in der Sixtinischen Kapelle versammelt haben. Wegen des Gebrauchs moderner Medien ist von einem „conclave new look“ die Rede, für das „früher das Gebet eher angesagt gewesen wäre als Twitter“. Auch eine Erinnerung an wenig ruhmvolle Episoden der Kirchengeschichte darf nicht fehlen, einschließlich des ironischen Verweises auf den „sympathischen Cesare Borgia“, den für seine kriminelle Energie bekannten Sohn von Papst Alexander VI.

Wie oben festgestellt, gibt das *Libération*-Beispiel kein typisches Gestaltungsmuster wieder. Es repräsentiert mit dem Wechsel der Kommunikationsmodalität, der mehrfachen Suspendierung einer erwarteten alltagsweltlichen Betrachtungsweise, vielmehr eine Seite der in Abbildung 5 angedeuteten Skala. Ein anderes, üblicheres Muster wäre die Beibehaltung einer neutral-ernsten Form der Themenbehandlung.

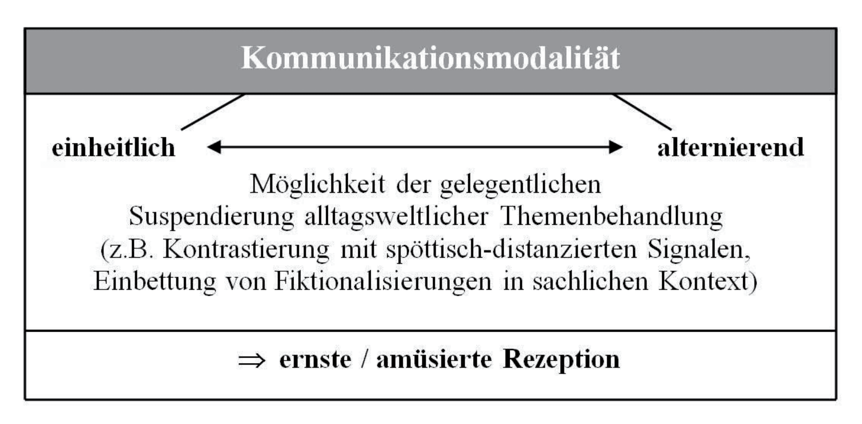


Abb. 5: Musterbildung und Kommunikationsmodalität

4.4. Zusatzhandlungen basieren auf der grundsätzlichen **Polyfunktionalität** sprachlicher Äußerungen. Von daher sind kommentierende Beiträge oft auch interpretierbar als Akte der Selbstdarstellung und der Beziehungsgestaltung. Gerade das Bemühen um sprachliche Gefälligkeit oder Originalität erlaubt oft Rückschlüsse über Kompetenzen und Einstellungen des Textproduzenten.[6] In (1) etwa zeigt sich der Beitragsverfasser als nüchtern formulierend und stilistisch wenig ambitioniert, gleichwohl als vertraut mit der aktuellen Situation der katholischen Kirche und in seiner Beurteilung als vorsichtig abwägend. Anders dagegen die Selbstdarstellung im Kommentarbeispiel (8): Hier ist eine kirchenkritische Haltung unverkennbar, ebenso ein Bemühen, sich als sprachlich versiert und kreativ zu geben. Mit der Selbstdarstellung eng verbunden ist vielfach auch die Ebene der Beziehungsgestaltung. Während in (1) mit der Diktion des Beitrags eine Verletzung von Gefühlen kirchentreuer Leser vermieden wird, zielt die Ausdrucksweise in (8) weniger darauf ab, solche Gefühle zu schonen, als eher kirchenkritisch eingestellte Leser zu bestätigen (und zu amüsieren).

Von Musterhaftigkeit kann man in der Weise sprechen, als sich gerade mit der Wahl einer spezifischen Lexik bezüglich Selbstdarstellung und Beziehungsgestaltung eindeutige Profilbildungen erreichen lassen (vgl. Abbildung 6). Speziell originelle und ästhetisierende Formulierungen sind immer deutbar als persuasive Versuche, die Textproduzentenseite aufzuwerten und im eigenen Interesse Imagepflege zu betreiben. Ebenso sind nähe- und distanzsprachliche Äußerungsformen geeignet, die Beziehung zum Rezipienten zu beeinflussen und Formalität oder Informalität in der Kommunikation zu steuern. Ein entscheidender Faktor ist in allen Fällen, den sprachlichen Erwartungshorizont der Leser zu antizipieren und durch Anpassung oder Abweichung von demselben das Erreichen des jeweiligen Kommunikationsziels mehr oder weniger zu fördern.

---

6 Dabei wird nicht unterschieden zwischen intendierter Selbstpräsentation und unbeabsichtigter Selbstentlarvung. ‚Selbstdarstellung' ist also, wie sprachliche Handlungen generell, eine interpretative Bedeutungszuschreibung.

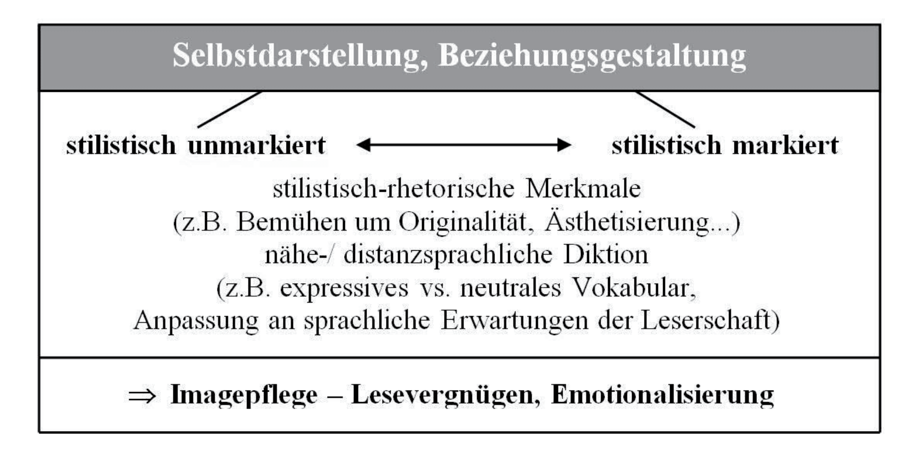


Abb. 6: Musterbildung, Selbstdarstellung und Beziehungsgestaltung

5. Muster der Akzeptanzstützung und der Thesenbildung

Journalistisches Kommentieren zielt, wie eingangs erläutert, in der Regel darauf ab, die Geltung einer oder mehrerer Thesen/Konklusionen plausibel zu machen und so beim Rezipienten für eine Übernahme der damit verknüpften Position zu werben. Angesichts der Ausrichtung akzeptanzstützender Maßnahmen liegt es in der Tat nahe, für Kommentare zwei verschiedene Muster zu unterscheiden: einerseits unilaterale Beiträge, die lediglich die Proponenten-Position vorstellen, andererseits bi- oder multilaterale Texte, die ebenso eine oder mehrere Opponenten-Positionen einbeziehen (vgl. Kap. 2). Da jedoch die Opponenten-Perspektive gewöhnlich argumentativ entkräftet und in ihrer widerlegten Form letztlich der Proponenten-These zugeschlagen wird, sei im Folgenden die zentrale Texthandlung, einschließlich ihrer prototypischen Realisierungsformen, als übergeordneter Faktor betrachtet; von hieraus wäre die Frage nach verschiedenen Kommentierungsmustern neu zu stellen.

Zu diesem Zweck werden noch einmal einige markante Ausschnitte aus Belegen des Kommentar-Korpus herangezogen, hinsichtlich der jeweiligen Handlungsqualität charakterisiert und bezüglich ihrer Zielsetzung miteinander verglichen:

(9) […] **La boucle est bouclée** : artisans de la mondialisation au XVIe siècle, les Jésuites portent l'un des leurs au Saint-Siège à l'heure où celle-ci pose un problème identitaire au monde catholique. (*Le Républicain Lorrain* 14.03.2013)	MITT/FESTST → **FESTST (ass (p))**

['Der Kreis schließt sich: Die Jesuiten, die schon im 16. Jahrhundert die Globalisierung betrieben, heben einen der ihren auf den Heiligen Stuhl, und das zu einer Zeit, wo diese globalisierende Entwicklung für die katholische Welt ein Identitäts-Problem darstellt.']

(10) [...] À l'époque de la mondialisation et des flux migratoires, le choix d'un pape venu de l'autre côté de l'Atlantique est d'abord **le signe que le message de l'Évangile n'a pas de frontières**, qu'il s'enrichit au contact des cultures qu'il côtoie et mérite d'être redécouvert. (*la Croix* 15. 03.2013)	MITT/EVAL+ → **EVAL+ {relev} (p)**

['In einer Zeit der Globalisierung und der Migrationswellen ist die Wahl eines Papstes von jenseits des Atlantiks zunächst einmal ein Zeichen für die grenzenlose Bedeutung des Evangeliums; dieses erfährt eine Bereicherung durch die Kulturen, mit denen es in Berührung kommt, und ist es wert, neu entdeckt zu werden.']

(11) [...] La rapidité de l'élection de Jorge Bergoglio, et le fait qu'il vienne d'Argentine, pays d'immigrés, **expriment un désir collégial de rupture**. [...] Le nouveau pape **doit aussi repenser** le rapport des catholiques au monde. [...] (*Dernières Nouvelles d'Alsace* 14.03. 2013)	MITT/FESTST/EVAL → **EVAL {deont/moral} (p)** **+** **PROGN/FORD (p)**

['Die zügige Wahl von Jorge Bergoglio und seine Herkunft aus Argentinien, einem Einwanderer-Land, bringen den gemeinsamen Wunsch

> eines Politikwechsels zum Ausdruck. [...] Der neue Papst wird auch den Bezug der Katholiken zur Welt überdenken müssen.']

Die zitierten Beispiele geben Äußerungen wieder, die in ihrer Textumgebung jeweils als übergeordnete Thesen verstanden werden können. In (9) ergibt sich, mit einem Gemeinplatz auf den Punkt gebracht, als Resümee eine assertorisch präsentierte **Feststellung**, die in der aktuellen Papstwahl eine Anknüpfung an eine schon früher begonnene Politik sieht; die Parallele zu Ignatius von Loyola und zum 16. Jahrhundert wird ausführlich betont und dient als wichtiger Erklärungshintergrund.

In (10) geht dagegen die abschließende Folgerung über eine reine Feststellung hinaus: Sie bemüht als Hintergrund die allgemeine Globalisierung und weist dem Wahlergebnis gleichsam einen Zeichencharakter zu, nämlich als zunehmende Relevanz des Evangeliums im Rahmen eines weltweiten kulturellen Austausches; eine zusätzliche Begründung liefert die Biographie des neuen Papstes. Man kann hier bereits insofern von einer **Bewertung** sprechen, als dem zugrundeliegenden Sachverhalt eine große grenzüberschreitende Bedeutung zuerkannt wird; auch die argumentative Begründung enthält mit den Verben *s'enrichir* (reicher werden) und *mériter* (verdienen) positiv evaluierende Ausdrücke.

Beispiel (11) weist praktisch zwei gleichrangige Thesen auf: Zum einen heißt es, aufgrund der Art der Wahlentscheidung gebe es den gemeinsamen Wunsch, mit der bisherigen Politik zu brechen und die kircheninternen Fehlentwicklungen abzustellen. Dies wird man als eindeutige Bewertung einstufen können; als Bewertungsmaßstab ließe sich ‚deontisch' oder ‚moralisch' angeben. Zum andern ist mit der Formulierung „Le nouveau pape doit aussi repenser..." mehr im Spiel als nur eine Bewertung; hier kommt eine klare Erwartung an künftiges Handeln, vielleicht sogar ein Appell an den neuen Papst zum Ausdruck. Je nach Textverständnis wäre hier von einem Prognostizieren oder einem Fordern zu sprechen.[7]

---

7 Im Unterschied zur Handlung des ‚Aufforderns' setzt – so LENK (2012, 131) – das ‚Fordern' keinen klar benannten Adressaten, der eine Zielhandlung ausführen soll, voraus.

Bezeichnend für das folgende Beispiel (12) ist eine gewisse Zuspitzung, die nicht zuletzt in der klaren und präzisen Ankündigung der offenbar fest erwarteten Ausführung einer bestimmten Handlung besteht („rencontre des catholiques du monde entier“); auch das verwendete Adverb *naturellement* bestätigt eine solche Ausrichtung. Da jedoch mit der anschließenden Formulierung „il devra incarner [...] la figure de l’espérance“ eine vergleichsweise abstrakte Zielhandlung benannt wird, dürfte eine Handlungszuschreibung als **Forderung** hier angemessen erscheinen. Als Begründung einer solchen Forderung dienen im (hier nicht wiedergegebenen) Kontext wiederum Mitteilungen über den vorliegenden Sachverhalt, aber auch verschiedene Mutmaßungen bezüglich der nächsten Schritte des Papstes.

(12)	[...] Il [= François Ier] ira naturellement à la rencontre des catholiques du monde entier ; mais plus largement, au nom de son ministère universel, il **devra incarner**, au cœur d’une époque qui en manque cruellement, **la figure de l’espérance**. (*Le Figaro* 14.03.2013)	MITT/SUBJ/ ANKÜND → **FORD (p)**

[‘Er wird natürlich die Katholiken in der ganzen Welt aufsuchen; darüber hinaus wird er mit seinem universalen Auftrag den großen Hoffnungsträger abgeben müssen, und das in einer Zeit, die das bitter nötig hat.’]

Nicht mehr ganz so klar liegen die Verhältnisse in (13): Wie ist die Äußerung „François Ier devra très vite se prononcer […]“ einzuordnen? Handelt es sich noch um eine ‚Forderung‘ oder schon um eine ‚Aufforderung‘? Es wäre vermutlich übertrieben, an dieser Stelle eine direkte Adressierung, einen an den Papst persönlich gerichteten Appell anzunehmen. Andererseits wird jedoch Argumenten für die Notwendigkeit einer schnellen Klärung kircheninterner Probleme durch das neue Oberhaupt große Beachtung geschenkt.

(13)	[...] François Ier **devra très vite se prononcer sur les grands problèmes de l’Église** et sur son rôle dans le monde du IIIe millénaire. [...] (*L’Alsace* 14.03.2013)	MITT/FESTST → **FORD/AUFF(?) (p)**

[‘Franziskus I. wird sich sehr schnell zu den großen Problemen der Kirche und zu seiner Rolle in der Welt des dritten Jahrtausends äußern müssen.’]

Im Vergleich zu den voraufgehenden Beispielen weist der Auszug (14) eine Besonderheit auf: Der Appell zur Positionsübernahme wird sehr viel deutlicher ausgesprochen als bisher. Mit dem Ausdruck *il faut retenir …* beschränkt sich der Textproduzent keineswegs auf die Formulierung einer Bewertung, sondern behauptet die Notwendigkeit eines Umdenkens; die Situation im Vatikan habe sich tiefgreifend verändert, und um die Anerkennung einer solchen Umwälzung komme man, wie mit verschiedenen Erklärungen, Feststellungen und wertenden Aussagen ausführlich begründet, nicht herum. Ein Adressat dieser Folgerung wird zwar nicht explizit genannt, aber angesprochen sind damit natürlich alle Leser dieses Kommentars; sie sollen die neue Faktenlage zur Kenntnis nehmen und zur Grundlage einer veränderten Einstellung machen. Von daher dürfte es nicht ganz unberechtigt sein, die betreffende Äußerung in (14) als **Aufforderungshandlung**, als eigentliches Ziel des Beitrags, zu interpretieren.

(14)	[…] Mais, **ce qu’il faut retenir est l’ampleur de ce bouleversement au Vatican**, désormais tourné vers de nouveaux horizons. En octobre 1978, le pape polonais Jean Paul II avait, lors de sa messe inaugurale, lancé ces mots, *« N’ayez pas peur ! »*, qui allaient préfigurer de grands chamboulements en Europe de l’Est. François, lui, portera rien de moins que le changement de gravité dans le monde d’aujourd’hui. (*Le Monde* 15.03.2013)	ERKL/EVAL+/- → **AUFF (p)** ← MITT/FESTST

[‘Aber was man jetzt festhalten muß, das ist das Tiefgreifende dieser Veränderung im Vatikan, der seitdem zu neuen Ufern aufgebrochen ist. Im Oktober 1978 verkündete der polnische Papst Johannes Paul II. bei seiner Amtseinführung: „Habt keine Angst!“ Diese Worte ließen große

> Umwälzungen in Osteuropa ahnen. Franziskus hat jetzt nichts geringeres als die Schwerpunktverlagerung in der Welt auf seinen Schultern zu tragen.’]

Versucht man, die einzelnen Beobachtungen zu resümieren, schälen sich vor allem drei Feststellungen heraus:

Es fällt schwer, bei den Verfahren der Akzeptanzstützung eindeutige Typen oder Muster zu unterscheiden. Die Vielfalt der stützenden Argumente (mit Erklärungen, Mitteilungen, Ankündigungen, Feststellungen, Vermutungen, Bewertungen) ist äußerst umfangreich, hängt stark von der behandelten Thematik ab und ändert sich von Autor zu Autor.

Auch eine stärkere Gewichtung von Argumenten der Opponenten-Seite ändert daran wenig. Das hängt mit der nicht gleichwertigen Behandlung widerstreitender Positionen zusammen. In der Regel werden sie nicht nur entkräftet, bisweilen sogar ad absurdum geführt, sondern in der Mehrzahl der Fälle vereinnahmt und zu stützenden Faktoren der Proponenten-Seite gemacht. Es wäre aus dieser Sicht unberechtigt, hier textsortenspezifische oder themenspezifische Muster anzunehmen.

Muster ergeben sich allenfalls hinsichtlich der zentralen Texthandlung, beispielsweise bei der Thesenbildung. Hier kann man ein gewisses, von den Polen ‚feststellend/bewertend‘ und ‚auffordernd‘ bestimmtes Spektrum festhalten: Es finden sich sowohl Kommentare, die als Resultat einer entsprechenden Argumentation auf eine übergeordnete Feststellung oder Bewertung hinauslaufen, als auch solche Beiträge, die in mehr oder weniger deutlicher Form eine Forderung/Aufforderung zum Ausdruck bringen:

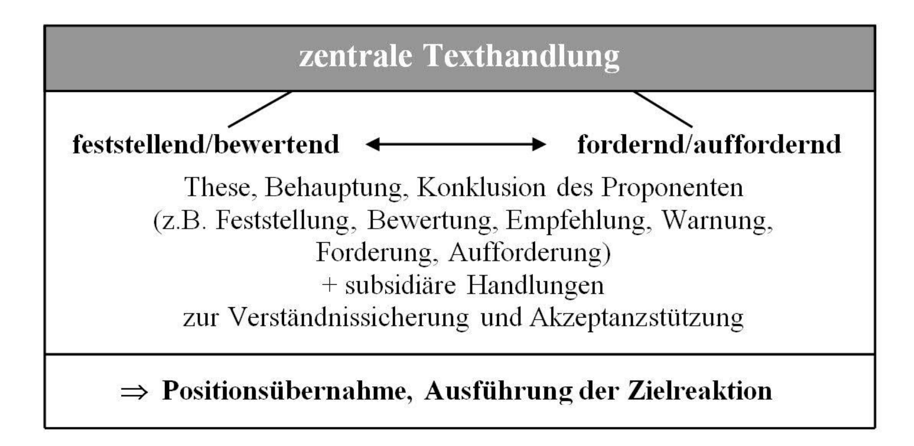


Abb. 7: Musterbildung und zentrale Texthandlung

6. Fazit

Das Bemühen, innerhalb des journalistischen Kommentars weitere textsortenspezifische Muster zu unterscheiden, stößt rasch an Grenzen. Ganz allgemein erscheint die Vorstellung einer trennscharfen Untergliederung wenig realistisch. Die vorgenommenen Beispielanalysen zeigen vielmehr: Graduelle Unterschiede sind wichtiger als scharfe Grenzen. Auch wenn für die vorliegende Untersuchung nur ein begrenztes Textkorpus herangezogen wurde und die Beispiele sich nur auf ein Thema beschränkten, dürfte an der Richtigkeit einer prototypischen Textsorten-Auffassung kein Zweifel mehr bestehen.

Im Vordergrund stand der Versuch, mit der Einbeziehung verschiedener Textbildungsebenen eine alternative Herangehensweise zu erproben. Und nach den ersten Beobachtungen spricht in der Tat einiges dafür, auf diesem Wege nach zusätzlichen Differenzierungsmöglichkeiten zu suchen. Betrachtet man Kommentierungsmuster primär als Kombinationen bestimmter Mittel und Verfahren, die sich für die jeweiligen kommunikativen Zwecke bewährt haben und für die daher auch eine gewisse Erwartbarkeit besteht, dann können sich mit dem vorgeschlagenen

methodischen Zugang durchaus neue Einblicke in die journalistische Textproduktion ergeben. Das umso mehr, als sich die Beitragsgestaltung in den Medien allgemein und in der Presse speziell zunehmend durch Mischformen, durch Tendenzen der Multikodalität und der Hybridisierung auszeichnet.

Besonders deutlich zeigt sich dies zum Beispiel beim Einsatz aufmerksamkeitssteuernder Mittel; hier lassen sich relativ leicht zeitungsspezifische Musterbildungen nachweisen. Mit einer gewissen Einschränkung gilt dies ebenfalls für den Aspekt der Kommunikationsmodalität, zumindest dann, wenn von der Normalerwartung abgewichen wird. Schwieriger ist es bezüglich der Ebenen Textorganisation, Selbstdarstellung und Beziehungsgestaltung: Hier sind normalerweise spezielle, von Text zu Text verschiedene Faktoren ausschlaggebend; die Annahme übergreifender Muster, die z. B. für bestimmte Presseorgane typisch wären, bleibt daher problematisch. Aus diesem Grunde ist die zweite Hypothese aus Kap. 3 nur mit einer gewissen Einschränkung zu bestätigen.

Analoges gilt auch für Verfahren der Akzeptanzstützung und die Gestaltung der zentralen Texthandlung(en), der These(n)/Konklusion(en) eines Kommentars. Der stilistischen Variabilität sind, je nach Autor und je nach Thema, praktisch keine Grenzen gesetzt; insofern lassen sich kaum verallgemeinerbare Muster festhalten. Allerdings kann die Thesenbildung recht unterschiedlichen Handlungsmustern folgen; das Spektrum reicht von resümierenden Feststellungen über positiv-negative Bewertungen bis hin zu mehr oder weniger direkt formulierten Aufforderungen.

Wie bereits mehrfach betont, beruhen die Resultate auf einer begrenzten Textauswahl, und es wurde nur eine überschaubare Zahl französischer Tageszeitungen einbezogen. Insofern haben die obigen Aussagen nur vorläufigen Charakter. Wünschenswert wäre vor allem eine Ausdehnung des Untersuchungsbereichs auf Beiträge anderer Kommunikationsgemeinschaften; nur so ließe sich Genaueres sagen über den

Stellenwert von Kommentaren im Rahmen des betreffenden Medienangebots und über andere, möglicherweise kultur- oder gruppenspezifische Ausprägungen von Kommentierungsmustern.

Literatur

Adam, Jean-Michel ([3]1999): Les textes: types et prototypes. Paris.

Drewnowska-Vargáné, Ewa (2015): Pressediskurse im Kontrast. Paralleltextanalysen zum Deutschen, Polnischen und Ungarischen. Landau.

Giessen, Hans W./Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.) (2017): Persuasionsstile in Europa III. Hildesheim u. a.

Große, Ernst Ulrich (1974): Texttypen. Linguistik gegenwärtiger Kommunikationsakte. Stuttgart.

Große, Ernst Ulrich/Seibold, Ernst ([2]1996): Typologie des genres journalistiques. In: Große, Ernst Ulrich/Seibold, Ernst (Hrsg.): Panorama de la presse parisienne. Frankfurt a. M., 32–60.

Hoffmann, Michael (1998): Gestaltungsstrategien und strategisches Gestalten. In: Hoffmann, Michael/Keßler, Christine (Hrsg.): Beiträge zur Persuasionsforschung. Frankfurt a. M., 57–100.

Knipf-Komlósi, Elisabeth (2009): Schnittstellen-Phänomene in der Zeitungssprache. In: Brdar-Szabó, Rita/Knipf-Komlósi, Elisabeth/Péteri, Attila (Hrsg.): An der Grenze zwischen Grammatik und Pragmatik. Frankfurt a. M., 199–211.

Lenk, Hartmut E. H. (2012): Von der Illokutionsstruktur zum Handlungsweg. In: Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.), 115–158.

Lenk, Hartmut E. H. (2015): Textsortenhybride beim Kommentar. In: Hauser, Stefan/Luginbühl, Martin (Hrsg.): Hybridisierung und Ausdifferenzierung. Bern, 85–108.

Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.) (2012): Persuasionsstile in Europa. Hildesheim u. a.

Lüger, Heinz-Helmut (2012): Persuasion als medienlinguistisches Phänomen. In: Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.), 63–92.

Lüger, Heinz-Helmut (2015): Kontinuität im Wandel? Journalistisches Kommentieren zwischen Tradition und Innovation. In: Creţu, Ioana-Narcisa (Hrsg.): *Quo vadis, Kommunikation?* Kommunikation – Sprache – Medien. Frankfurt a. M., 51–71.

Lüger, Heinz-Helmut (2017): Kommentieren als komplexes Sprachhandeln. In: Giessen, Hans W./Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 179–203.

Montant, Henri (1994): Commentaires et humeurs. Paris.

Petkova-Kessanlis, Mikaela (2017): Stilmuster und ihr Beitrag zum persuasiven Potenzial von Pressekommentaren. In: Giessen, Hans W./Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 25–55.

Sandig, Barbara (1978): Stilistik. Sprachpragmatische Grundlegung der Stilbeschreibung. Berlin/New York.

Sandig, Barbara (2006): Textstilistik des Deutschen. Berlin/New York.

Schalkowski, Edmund (2011): Kommentar, Glosse, Kritik. Konstanz.

Voirol, Michel ([6]1997): Guide de la rédaction. Paris.

Wen, Renbai (2001): Textstruktur des Zeitungskommentars. Eine Untersuchung der Proposition und Illokution an deutschen und chinesischen Beispielen. Bern u. a.

CLAUDIA BUFFAGNI

Kommentartypen in italienischen Tageszeitungen am Beispiel von Leitartikeln aus *L'Unità* und *Libero*

Anmerkungen zu syntaktischen Besonderheiten

Abstract

Based on the methodological considerations described in LENK/VESALAINEN (eds.) (2012), LENK (ed.) (2015), and BUFFAGNI et al. (2016), this article starts with a description of general features of commentaries in the Italian press, using examples from the *Helsinki Commentary Corpus*. After a brief presentation of commentaries and editorials on the subject of the papal election, published on the first pages of six representative Italian daily newspapers, the article then focuses on the study of this text type in the Italian press, followed by an analysis of two example texts (from *L'Unità* and *Libero*) on the same topic. The aim is to show to what extent these types of text have innovative features in terms of syntax and style.

1. Einleitende Bemerkungen zu Kommentartypen in italienischen Tageszeitungen

Im modernen italienischen Journalismus beschwerte sich schon Edmondo De Amicis Anfang des 20. Jahrhunderts über den einerseits unnötigerweise förmlichen, andererseits unerschließbaren Stil der italienischen Zeitungen, die durch eben diesen Stil meist ihre politische Abhängigkeit

kundgaben. Dieser in Italien allseits bekannte Artikel[1] von einem der beliebtesten Autoren[2] des 19. Jahrhunderts führte zu einem lebhaften Streit innerhalb der damaligen sprachwissenschaftlichen Zunft. Seitdem hat sich einiges verändert, der italienische Journalismus hat kleine und große Revolutionen[3] durchgemacht und seine Fähigkeit unter Beweis gestellt, bedeutende Wandlungen vorzunehmen (DARDANO 1986; BUFFAGNI/BIRK 2008; SERIANNI 2012).

Viele italienische Literatur- und Sprachwissenschaftler äußern sich trotzdem weiterhin durchaus kritisch zu der Sprache des italienischen Journalismus (MENGALDO [1994, 63–69], darüber hinaus sei auf LOPORCARO [2005] und ANTONELLI [2007] verwiesen). Die italienische Pressesprache hat nämlich aus ihrer Sicht zu einem gewissen Maß eine positive Entwicklung und einen notwendigen Reifeprozess verpasst und gefällt sich weiter in einer ideologisch orientierten und nicht genügend faktengebundenen Berichterstattung und Kommentierung.

Aus einer rein linguistischen Perspektive fällt Serianni indes ein positiveres Urteil, indem er die Meinung vertritt, die meisten journalistischen Artikel seien in gutem Italienisch geschrieben und insofern als durchaus positives Vorbild für die geschriebene Sprache zu betrachten. Er verweist dabei auf den in der italienischen Sprache ausgesprochen großen Unterschied zwischen der Norm der geschriebenen und der Norm der gesprochenen Sprache. Diese Dichotomie ist besonders ausgeprägt

---

1 EDMONDO DE AMICIS (1846–1908), *L'idioma gentile* (1905; dt. *Die liebenswürdige Sprache*). In seinem Aufsatz moniert der Journalist und Schriftsteller an der Sprache der italienischen Tageszeitungen die fehlende Grenze zwischen poetischer und familiärer Sprache und die Tendenz zur unnötigen Wahl einer zu literarischen und elitären Lexik. Diese Ausdrucksweise galt als unverständlich für die Mehrheit der – meist noch nicht alphabetisierten – Bevölkerung. Vgl. dazu CONTORBIA (2007, Bd. I, XI–XXXIII).

2 Er ist insbesondere als Autor eines der meistgelesenen und meist übersetzten italienischsprachigen Kinderromane (*Cuore*, 1886; dt. *Herz*) sehr bekannt.

3 Zu den relevantesten Entwicklungen in der italienischen Presselandschaft zählen die Gründung von *Il Giorno* (1956, Mailand) und *La Repubblica* (1976, Rom). Vgl. dazu BERGAMINI (2006, 313).

und führte in der Folge zu einem deutlich größeren sozialen Prestige der geschriebenen Sprache (SERIANNI 2012, 22). Einerseits ist dies auf die geschichtliche Entwicklung des Italienischen, andererseits auch auf die erst in den letzten Jahren erfolgte Aufnahme von Autoren anderer Muttersprache in die italienische Literatur zurückzuführen.[4]

Die o. g. Überlegungen betreffen sowohl informations- als auch meinungsbetonte Darstellungsformen; die letzteren weisen aber bekanntlich ein breiteres Variationsspektrum auf. Unter *commento* (Kommentar) versteht man eine meinungsbetonte Darstellungsform, die eine These zu einem Thema aufstellt und mit Argumenten stützt. Kommentare sind in allen italienischen Qualitätszeitungen und zu allen Themenbereichen zu finden.

Die journalistischen Texte sind in vielen Ländern in Bezug auf die gesprochene Sprache sehr offen, was auch dazu führt, neue lexikalische Prägungen und sprachliche Verwendungsformen aufzunehmen, die erst kürzlich üblich und bisher erst teilweise kodifiziert wurden. Daher gehören die Kommentare zu den innovativsten Gattungen hinsichtlich lexikalischer, syntaktischer und textueller Art: Da die Meinungsbildung dabei eine zentrale Rolle spielt, liegen in der Regel mehrere Stimmen vor. Ihre Struktur weist deshalb Merkmale auf, die sie denen eines Diskurses näherbringen, während sie üblicherweise ziemlich weit entfernt von den – für Kolumnen und Glossen typischen – Eigenheiten und Personalismen bleiben.

In einem Land wie Italien, in dem traditionell wenig Zeitung gelesen wird, werden Kommentare und Leitartikel, die sich hauptsächlich an gebildete Bevölkerungsschichten wenden, die an Vertiefungen und Hintergrundanalysen Interesse haben, von einer relativ kleinen Zahl Leser genossen.[5]

4 Diese Texte sind unter dem Begriff „transkulturelle Literatur“ bekannt geworden. Zu den beliebtesten Autoren der italienischen Literatur, die anderssprachig sind, zählen Igiaba Schego und Jumpa Lahiri.

5 Trotzdem zählt die Presse in Italien weiterhin zu den zuverlässigsten Massenmedien: „La stampa (compresa la versione dei quotidiani online) viene

Italienische Kommentartypen zeigen eine große Vielfalt von Erscheinungsmöglichkeiten. Zu der Stellung der Kommentare in italienischen Zeitungen wird hier auf SAVARESE (1991) verwiesen, die zwischen erster Seite, inneren Seiten und letzter Seite unterscheidet.

Auf der ersten Seite sind die bedeutendsten traditionellen journalistischen Darstellungsformen vertreten: u. a. der Leitartikel (*editoriale* oder *articolo di fondo*). Es handelt sich bekanntlich um einen Kommentar, der – häufig vom Chefredakteur verfasst – die Stellung der Zeitung über das wichtigste Ereignis des Tages zum Ausdruck bringt. Der *articolo di risvolto* (Kommentar auf der ersten Seite rechts) und der *articolo di spalla* (Aufmacher, auf der ersten Seite rechts oben) tragen weiter zur Konstitution der ersten Seite bei.

Die Gegenüberstellung von Nachricht (etwa einem Bericht) und meinungsbetontem Text (einem *articolo di approfondimento*, Vertiefungsartikel, etwa einem Kommentar – *articolo di commento*, der die Nachricht vertieft und kommentiert, vgl. GUALDO 2007, 99 f.) wird immer häufiger durch die Zusammenstellung von mehreren Artikeln (*scritti plurimi*) ersetzt, die von unterschiedlichen Autoren verfasst werden und in denen auch Meinungen geäußert werden können, die von denjenigen der Zeitung divergieren. Darüber hinaus ist noch der *fogliettone* (frz. Feuilleton; großes Blatt) am unteren Seitenende zu erwähnen, der sich sowohl inhaltlich als auch formell der Erzählform nähert. Einer ausgesprochen großen Beliebtheit erfreut sich der *corsivo*, ein meist kurzer Text, der ursprünglich in Kursivschrift gesetzt war. Hinzu kommen noch die *trafiletti* (kleine Nachrichten).

Auf den inneren Seiten wird die Textsortenvielfalt größer: Sie enthalten Berichte (*inchieste*), Reportagen, Nachrichtentexte (*cronaca*), Interviews; der *elzeviro* ist der wichtigste Artikel der kulturellen Seite. Neben den genannten Textsorten gibt es außerdem auch *Kurzkommentare* in unterschiedlichen Ressorts.

considerata molto o abbastanza affidabile da una quota significativa di italiani: il 64,3 %.“ (CENSIS Nr. 15, 14) [‘Die Presse (einschließlich der Online-Zeitungen) wird von einem erheblichen Teil der Italiener als sehr oder ziemlich zuverlässig eingestuft: von 64,3 %.’]

Die letzte Seite war in der Vergangenheit *Werbetexten* gewidmet. In neuerer Zeit enthält sie häufig einen einzigen großformatigen Werbetext, manchmal mit einer Spalte mit kurzen Nachrichten; seit einigen Jahren sind in einzelnen Fällen auch *Kurzkommentare* vorzufinden.

Für die italienische Tradition typische Textsorten sind der *pastone* und der oben erwähnte *corsivo*. Mit dem *pastone* (der große Teig) ist im journalistischen Jargon ein Bericht gemeint, der über die bedeutendsten politischen Ereignisse des Tages informiert, indem er die Agenturmeldungen wieder aufnimmt und die Kommentare anderer Zeitungen wiedergibt. Der *corsivo* ist in der italienischen journalistischen Tradition ein Kurzkommentar, der oft polemisch, scharf oder ironisch zu einer bestimmten Nachricht, einem Ereignis oder einer Person verfasst wird. Der Stil der *corsivi* weist literarische Züge auf, etwa rhetorische Figuren und Metaphern. Da der *corsivo* die Meinung des – meist allgemein bekannten – Verfassers[6] wiedergibt und periodisch erscheint, ähnelt er sehr der Kolumne. *Corsivo* und *rubrica* (Kolumne) werden in der italienischen Fachliteratur häufig synonym verwendet.

Der vorliegende Aufsatz fügt sich in ein laufendes Projekt ein, das sich mit syntaktischen Merkmalen in italienischen und deutschen Zeitungskommentaren beschäftigt, wobei insbesondere auf die Konnexion fokussiert wird. Es werden Beobachtungen zum Genre Kommentar/Leitartikel in italienischen Zeitungen mit Hinblick auf syntaktische Merkmale angestellt.

Im Kapitel 2 wird auf das Vorkommen von Kommentaren und Leitartikeln auf den ersten Seiten von repräsentativen italienischen überregionalen Tageszeitungen eingegangen. Im Kapitel 3 werden zwei BeispielLeitartikel (aus *L'Unità* und *Libero*) zum Thema Papstwahl analysiert. Dabei soll der Frage nachgegangen werden, inwiefern sie innovative sprachliche Merkmale aufweisen.

6 Zu den bekannten Autoren von Kursivschriften gehören der Soziologe Francesco Alberoni, der jahrelang für *Corriere della Sera* schrieb, oder neuerdings der Kinokritiker Aldo Grasso. Weitere Beispiele für namhafte Kursivschriftautoren sind Giulio Benedetti und Mattia Feltri von *La Stampa* sowie Mauro Melloni, der für *L'Unità* schrieb (PAPUZZI 2010).

2. Papstwahl: die Stellung von Kommentartypen auf den ersten Seiten von ausgewählten italienischen Tageszeitungen

Im Folgenden werden die Kommentare präsentiert, die am 14.03.2013 auf den Titelseiten von *Il Corriere della Sera, La Repubblica, La Stampa, il Fatto Quotidiano, l'Unità* und *Libero* erschienen.

In der Tageszeitung *l'Unità* lauten die Überschriften der meinungsbetonten Texte auf der Titelseite (s. Abbildung 1) in der deutschen Übersetzung wie folgt: Hauptüberschrift: 'Papst Franziskus'; Unterzeile: 'Argentinier Bergoglio im Zeichen der Veränderung gewählt: „Sie haben mich vom Ende der Welt geholt"'. Der Leitartikel von Claudio Sardo ist überschrieben mit 'Die Hoffnung einer neuen Zeit'. Die Anfänge verschiedener Texte verweisen auf deren Fortsetzung auf den inneren Seiten: 'Jener revolutionäre Name', 'Der Jesuit, der Bus fährt', 'Das Schlüsselwort ist Kollegialität', 'Die Notwendigkeit einer armen Kirche'.

Die deutschen Entsprechungen der Überschriften auf der Titelseite von *il Fatto Quotidiano* (Abbildung 2) lauten wie folgt: Hauptüberschrift: 'Ich bin Franziskus und komme von weit her'; der Kommentar von Marco Politi: 'Der Sieg der neuen Welt' und der Kommentar von Marco Travaglio: 'Gad, der Fahrer und wir'.

Die Überschriften auf der Titelseite von *Corriere della Sera* (Abbildung 3) lauten auf Deutsch wie folgt: Aufmachertext von Aldo Cazzullo und Gian Guido Vecchi mit der Dachzeile 'Der neue Papst', mit der Hauptüberschrift 'Die Überraschung von Franziskus' und mit der Unterzeile 'Der Papst ist Jorge Maria Bergoglio: 76 Jahre alt, Argentinier mit Eltern aus Piemont. „Ich komme vom Ende der Welt. Betet für mich". Dann das Vaterunser mit der Menschenmasse'. Darunter und daneben stehen der Kommentar von Luigi Accattoli: 'Der Jesuit mit der Mönchskutte', der Kommentar von Vittorio Messori: 'Warum ich es insgeheim vorausgesehen hatte', der Kommentar von Claudio Magris: 'Der Wille, ohne Rhetorik Veränderungen zu bewirken', der Kommentar von Massimo Franco: 'Jene Kandidaten, die von den Gegensätzen blockiert wurden', der Kommentar von Gian Antonio Stella: 'Von Harmonie bis Tango: Sein Alphabet' und der Kommentar von Alberto Melloni: 'Der Aufstieg eines einfachen Christen'.



l'Unità

Camilleri: confido nelle donne

Papa Francesco

Eletto l'argentino Bergoglio nel segno del cambiamento: «Mi hanno preso dalla fine del mondo»

Quel nome rivoluzionario

Il gesuita che viaggia in bus

La parola chiave è collegialità

La modernità e l'uso del potere

La speranza del tempo nuovo

L'urlo di gioia della piazza: santità, coraggio

Scandali e lor: i dossier aperti

Il bisogno di una Chiesa povera

Berlusconi non si ferma: vogliono farmi fuori

Il Pdl minaccia, Grillo sceglia

Cambi anche il sindacato

Lo strappo del Cavaliere

Abb. 1: Titelseite der *l'Unità*, 14.03.2013



il Fatto Quotidiano

SONO FRANCESCO E VENGO DA LONTANO

LA VITTORIA DEL NUOVO MONDO

Gad, l'autista e noi

Abb. 2: Titelseite von *il Fatto Quotidiano*, 14.03.2013



CORRIERE DELLA SERA

IL NUOVO PONTEFICE

La sorpresa di Francesco

Il Papa è Jorge Mario Bergoglio: 76 anni, argentino con i genitori piemontesi «Vengo dalla fine del mondo, pregate per me». Poi il Padre Nostro con la folla

IL GESUITA CON IL SAIO

Perché in segreto l'avevo previsto

Il «poverello di Assisi»: un nome scelto per la prima volta

«I sentimenti degli italiani: speranza e fiducia in Vostra Santità»

Abb. 3: Titelseite von *Corriere della Sera*, 14.03.2013



Libero

È ARGENTINO, SI CHIAMERÀ FRANCESCO

IL PAPA POVERO

L'errore di crederlo di sinistra

Il figlio del ferroviere piemontese

A lui la lettera misteriosa di Ratzinger

Il Pd chiede l'arresto di Berlusconi

Abb. 4: Titelseite von *Libero*, 14.03.2013

Der Aufmacher von *Libero* (Abbildung 4) ist von Maurizio Belpietro verfasst. Er trägt die Dachzeile ‘Er ist Argentinier, er wird Franziskus heißen’, die Hauptüberschrift ‘Der arme Papst’ und als Untertitel ‘Überraschenderweise wurde der Erzbischof von Buenos Aires für den Heiligen Stuhl gewählt, Alves Jorge Maria Bergoglio, 76-jähriger Jesuit, der erste Nicht-Europäer: „Ich komme vom Ende der Welt“. Er hat sofort den Vorgänger angerufen. Die Voraussage: In der Kurie wird er mit dem Besen auskehren’. Außerdem finden sich hier ein Kommentar von Franco Biondi mit der Überschrift ‘Der Fehler zu glauben, dass er linksgerichtet ist’, ein Porträt aus der Feder von Andrea Morigi mit dem Titel ‘Der Sohn des Eisenbahners aus Piemont’ sowie ein Text von Gian Luigi Nuzzi, der mit ‘Die Erbschaft: An ihn war der geheimnisvolle Brief Ratzingers adressiert’ überschrieben ist.

Die Titelseite von *la Repubblica* (Abbildung 5) bringt folgende Texte: Den Aufmachertext von Vittorio Zucconi mit der Dachzeile ‘Der argentinische Kardinal, 76-jähriger, ist bei der fünften Stimmenauszählung gewählt worden. Er ist der erste Jesuit, der Bischof von Rom wird’, mit der Hauptüberschrift ‘Die neue Kirche von Papst Franziskus’ und der Unterzeile ‘Jorge Maria Bergoglio: Ich komme vom Ende der Welt, betet für mich’. Außerdem erscheinen auf der ersten Seite der Kommentar von Ezio Mauro: ‘Revolution in Sankt Petrus’, der Kommentar von Vito Mancuso: ‘Im Namen eine Mission’, der Kommentar von Marco Ansaldo: ‘Der Papst von nebenan’ sowie der Kommentar von Paolo Rodari: ‘Das Konklave rebelliert gegen die Partei der Kurie’.[7]

7 Übersetzt wurden die Überschriften der Kommentare, deren Fließtexte sich zumindest teilweise auf der ersten Seite befanden.



R2

La copertina
I figli dell'eterologa quei bambini con tre genitori
MARIA NOVELLA DE LUCA CHIARA SARACENO

In edicola a soli 9,90 euro in più
"The dark side of the moon" i Pink Floyd con Repubblica

La cultura
Gli 80 anni di Roth "Spero di arrivarci ancora vivo"
ANTONIO MONDA

la Repubblica

Fondatore Eugenio Scalfari — Direttore Ezio Mauro

Il cardinale argentino, 76 anni, eletto a sorpresa al quinto scrutinio. Era stato rivale di Ratzinger nel 2005. È il primo gesuita vescovo di Roma

La nuova Chiesa di Papa Francesco

Jorge Mario Bergoglio: vengo dalla fine del mondo, pregate per me

RIVOLUZIONE A SAN PIETRO
EZIO MAURO

SEGUE A PAGINA 55

NEL NOME UNA MISSIONE
VITO MANCUSO

SEGUE A PAGINA 55

VITTORIO ZUCCONI
CITTÀ DEL VATICANO

SEGUE ALLE PAGINE 2 E 3

Il personaggio
Il pontefice della porta accanto
MARCO ANSALDO
CITTÀ DEL VATICANO

SEGUE ALLE PAGINE 6 E 7

Retroscena
Il Conclave si ribella al partito della Curia
PAOLO RODARI
CITTÀ DEL VATICANO

SEGUE A PAGINA 8

La lettera
Napolitano: dalle mie parole nessuno scudo per Berlusconi
A PAGINA 21

Camillo Ruini
"Gli scandali ci sono torniamo alle origini"
A PAGINA 13

Hans Küng
"La scelta migliore adesso farà pulizia"
TARQUINI A PAGINA 13

Timothy Dolan
"Vi racconto come l'abbiamo eletto"
GRISERI A PAGINA 13

JO NESBØ
IL CACCIATORE DI TESTE

Abb. 5: Titelseite von *la Repubblica*, 14.03.2013



LA STAMPA

L'ARGENTINO BERGOGLIO PAPA AL QUINTO SCRUTINIO

Francesco

Fratelli e sorelle, buonasera
Voi sapete che il dovere
del Conclave era di dare un
vescovo a Roma, sembra che
i miei fratelli cardinali siano
andati a prenderlo quasi
alla fine del mondo

Adesso vorrei dare la
benedizione, ma prima
vi chiedo un favore.
Prima che il vescovo benedica
il popolo chiedo che voi
preghiate Dio per benedire
il vostro vescovo

Abb. 6: Titelseite von *La Stampa*, 14.03.2013

Auf der Titelseite von *La Stampa* (Abbildung 6) finden sich lediglich die Dachzeile 'Argentinier Bergoglio Papst bei der fünften Stimmenauszählung' sowie die Hauptüberschrift 'Franziskus'.

Die Zusammenstellung zeigt, wie vielfältig und wie dicht verwoben die Präsenz von Kommentartexten auf der ersten Seite der ausgewählten Tageszeitungen[8] ist. Der *Corriere della Sera* und *La Stampa* zeichnen sich dadurch aus, dass sie die erste Seite ganz der Papstwahl widmen: Die mailändische Zeitung präsentiert acht Kommentare zum Thema, die Turiner Zeitung lediglich ein gigantisches Bild und zwei Zitate. *La Repubblica* weist sieben Kommentare, *Libero* vier, *l'Unità* neun, *il Fatto Quotidiano* fünf zum Thema auf, die meist auf den inneren Seiten fort-

8 Für die Beschreibung der erwähnten Zeitungen sei auf Buffagni u. a. (2016) verwiesen.

gesetzt werden. Viele Leitartikel werden dem Thema gewidmet: Prominente Intellektuelle, Theologen und Journalisten äußern sich dazu aus unterschiedlichen Perspektiven.

Das Thema Papstwahl wird als zentral für die italienische Gesellschaft und Politik empfunden und entsprechend von allen Zeitungen als prioritär rezipiert. An dem Tag zeigen indes bezeichnenderweise die ersten Seiten keine einzige Kursivschrift. Mit großer Wahrscheinlichkeit ist dies darauf zurückzuführen, dass der polemische Charakter dieser Textsorte als unpassend zu einem so feierlichen Anlass empfunden wurde.[9] Im Kapitel 3 werden zwei Leitartikel zur Papstwahl miteinander verglichen.

3. Syntaktische Anmerkungen zu exemplarischen italienischen *Leitartikeln*

Das vorliegende Kapitel untersucht zwei Leitartikel, die am 14.03.2013 jeweils in *L'Unità* (Abbildung 1) und im *Libero* (Abbildung 4) erschienen sind. Es handelt sich um Zeitungen, deren politische Grundhaltung sehr weit voneinander entfernt liegt. *L'Unità*,[10] 1924 vom berühmten Intellektuellen Antonio Gramsci gegründet, war lange das Organ der Kommunistischen Partei Italiens (PCI) und von deren Nachfolgeorganisatio-

9 Lediglich *il Fatto Quotidiano* weist am 14.03.2013 auf der ersten Seite übrigens einen bissigen Kommentar – zu einem anderen Thema („Gad, l'autista e noi" ['Gad, der Fahrer und wir']) – von Marco Travaglio auf, der zu den bekanntesten linksorientierten Journalisten zählt und sich durch seinen typischen sarkastisch-humoristischen Ton auszeichnet. Die Überschrift ['Gad, der Fahrer und wir'] verweist auf den bekannten italienischen Journalisten libanesischer Herkunft Gad Lerner.

10 Verbreitung 2013: *L'Unità* 23.544, *Libero* Gesamtverbreitung (Print und digital): 74.225. (Verbreitung laut ADS-Daten Presse-Bewertung 2013. Die Verbreitung einer Tageszeitung wird gemäß den ADS-Kriterien durch die Summe aus Gesamtverkauf + Freiexemplare + Internationaler Vertrieb + Blockverkäufe ermittelt.)

nen (L'Ulivo, PDS, PD), bis sie 2017 aufgrund von finanziellen Schwierigkeiten eingestellt wurde. *Libero*, 2000 vom prominenten Journalisten und Schriftsteller Vittorio Feltri gegründet und von ihm lange geleitet – seine Nachfolge hatte von 2010–2016 Maurizio Belpietro inne –, nimmt eine liberalkonservative Stellung ein. Die ausgewählten Zeitungen können für sehr unterschiedliche journalistische Stile als repräsentativ gelten.

Text 1 („La speranza del tempo nuovo", ['Die Hoffnung einer neuen Zeit']) wurde von Claudio Sardo verfasst, der bis 2013 Chefredakteur von *L'Unità* war. Text 2 (aus *Libero*: „È argentino, si chiamerà Francesco. Il Papa povero" ['Er ist Argentinier, er wird Francesco heißen. Der arme Papst']) stammt aus der Feder von Maurizio Belpietro, einem Journalisten und Schriftsteller aus Brescia.[11]

Text 1 − *L'Unità*

> Claudio Sardo
> **La speranza del tempo nuovo**
> (1) Francesco. (2) Come il Santo d'Assisi. (3) Come nessuno dei successori di Pietro aveva fin qui scelto di chiamarsi. (4) L'elezione di un nuovo Papa porta sempre con sé un sentimento di speranza, al tempo stesso laico e religioso. (5) Ma questa volta, in quel nome, c'è qualcosa di prorompente: c'è uno spirito, una promessa, una domanda che scuote la Chiesa e insieme interroga «gli uomini di buona volontà». (6) L'allegria di Francesco che sconvolge il conformismo dei benpensanti. (7) La povertà di Francesco che ribalta le gerarchie del successo.
>
> (8) La fraternità di Francesco che travolge l'individualismo e l'egoismo. (9) La Chiesa attraversa una crisi nella modernità secolarizzata. (10) Gli scandali e i corvi sono, al fondo, l'epifenomeno di numerose difficoltà. (11) Il messaggio evangelico va controcorrente rispetto ai valori oggi dominanti. (12) L'anelito alla trascendenza si scontra con un pensiero che vive solo nell'immanenza, e talvolta solo nel presente. (13) Il perdono, che è parte essenziale della fraternità cristiana, è oggi una parola quasi impronunciabile tra mille paure e rancori. (14) Eppure la testimonianza della Chiesa, in questo passaggio epocale, spesso non è all'altezza. (15) Non sono all'altezza le sue strutture, le relazioni tra chiese locali e chiesa romana, la scarsa collegialità. (16) E talvolta la sua immagine tradisce conservazione

11 Die Sätze des Fließtextes der beiden Leitartikel wurden durchnummeriert.

del potere, privilegio, distacco. (17) C'è anche un difficile adattamento alla società globale della comunicazione: e forse non potrebbe essere altrimenti, essendo il cristianesimo fondato su un incontro «personale» che cambia la vita. (18) La Chiesa, come scrive don Giovanni Nicolini in un articolo sul nostro giornale, non è una società di giusti, ma una comunità di peccatori. (19) E l'umiltà del gesto di Benedetto XVI le ha offerto una straordinaria opportunità di cambiamento. (20) Una ripartenza. (21) Dalla coscienza di un limite alla speranza di un tempo nuovo, che faccia rifiorire i germogli del Concilio, che trasmetta una fede autentica, che riporti i cristiani sulle strade del mondo accanto a tanti altri uomini, che magari non credono ma recano nel loro volto e nei loro gesti la stessa domanda di giustizia. (22) Papa Francesco è oggi una promessa per la Chiesa. (23) Lo conosceremo. (24) Ha un'origine italiana ma parla spagnolo, come ormai la maggioranza dei battezzati. (25) Abbiamo intuito che in quel definirsi «soltanto» vescovo di Roma c'è un'idea di Chiesa universale come condivisione tra chiese locali. (26) Ma quel che ha più colpito nelle prime parole da Papa è stato il richiamo al «popolo», la richiesta al «popolo» di benedirlo (attraverso la preghiera): dopo le dimissioni di Ratzinger il ministero di Pietro è meno regale, e più proiettato nella dimensione conciliare della fraternità.

(27) Francesco fu un innovatore, e partì da una rottura con la gerarchia del tempo. (28) I cattolici hanno capito, guardando il nuovo Papa in tv, che saranno chiamati a partecipare al rinnovamento. (29) Perché non ci sarà cambiamento senza popolo, senza condivisione, senza rimettersi in gioco. (30) Ma la sfida va oltre la comunità dei credenti. (31) Riguarda le società occidentali, i Paesi ricchi, le inaccettabili diseguaglianze mondiali, losfruttamento, le libertà negate, gli egoismi individuali e di classe, i diritti delle donne, e si potrebbe continuare a lungo. (32) La fede religiosa è una riserva di speranza per il futuro dell'uomo e per un cambiamento nel segno dell'uguaglianza. (33) È una riserva anche quando la stessa Chiesa zoppica o si mette di traverso, per qualche ragione storica o politica. (34) Speriamo che Francesco mantenga la grande, emozionante promessa contenuta nel suo nome. (35) La povertà, il sorriso, la fiducia, la condivisione: quanto ne ha bisogno l'uomo moderno. (36) Abbiamo bisogno di andare oltre gli errori compiuti. (37) Abbiamo bisogno di ritrovare un popolo che salvi la persona dalla sua solitudine di fronte ai «mercati». (38) Il cambiamento nel segno dell'uguaglianza è oggi anche la più alta aspirazione laica e civile.

dt. **Die Hoffnung einer neuen Zeit**

Francesco. Wie der Heilige von Assisi. Wie sich keiner von Petrus Nachfolgern bisher entschieden hatte zu heißen. Die Wahl eines neuen Papstes bringt immer ein Gefühl der Hoffnung mit sich, sowohl weltlich als

auch religiös. Aber dieses Mal gibt es in diesem Namen etwas Überwältigendes: Es gibt einen Geist, ein Versprechen, eine Frage, die die Kirche erschüttert und gemeinsam „Männer des guten Willens“ herausfordert. Die Freude des Franziskus, die den Konformismus der Opportunisten stört. Die Armut von Franziskus, die die Hierarchien des Erfolgs stürzt.

Die Bruderschaft von Franziskus, die Individualismus und Selbstsucht überwältigt. Die Kirche befindet sich in einer Krise der säkularisierten Moderne. Die Skandale und Krähen[12] sind im Endeffekt die Begleiterscheinung zahlreicher Schwierigkeiten. Die Botschaft des Evangeliums widerspricht der heutigen Dominanz der Werte. Die Sehnsucht nach Transzendenz kollidiert mit einem Gedanken, der nur in der Immanenz und manchmal nur in der Gegenwart lebt. Vergebung, ein wesentlicher Bestandteil der christlichen Bruderschaft, ist heute ein fast unaussprechliches Wort unter tausend Ängsten und Ressentiments. Und doch ist das Zeugnis der Kirche in dieser epochalen Passage oftmals nicht adäquat. Ihre Strukturen, die Beziehungen zwischen den Ortskirchen und der römischen Kirche, der Mangel an Kollegialität sind nicht adäquat. Und manchmal verrät ihr Image den Erhalt von Macht, Privilegien, Distanziertheit. Es gibt auch eine schwierige Anpassung an die globale Kommunikationsgesellschaft; und vielleicht könnte es auch nicht anders sein, da das Christentum auf einer „persönlichen“ Begegnung mit dem Leben beruht, die das Leben verändert. Die Kirche ist, wie Don Giovanni Nicolini in einem Artikel in unserer Zeitung schreibt, keine gerechte Gesellschaft, sondern eine Gemeinschaft von Sündern. Die Demut von Benedikt XVI. Geste bot ihr eine außergewöhnliche Gelegenheit zur Veränderung. Zum Neustart. Von der Wahrnehmung einer Grenze bis zur Hoffnung auf eine neue Zeit, die die Knospen des Konzils wieder aufblühen lässt. Eine Zeit, die einen authentischen Glauben vermittelt, der die Christen zusammen mit so vielen anderen Menschen auf die Straßen der Welt zurückführt. Menschen, die vielleicht nicht glauben, aber ihr Gesicht und ihre Augen tragen in ihren Gesten die gleiche Forderung nach Gerechtigkeit. Papst Franziskus ist heute ein Versprechen für die Kirche. Wir werden ihn kennenlernen. Er hat einen italienischen Ursprung, spricht aber, wie heute die Mehrheit der Getauften, Spanisch. Wir haben gespürt, dass das bestimmende „nur” Bischof von Rom widerspiegelt, wie die Universalkirche als Teil der Ortskirchen empfunden wird. Was uns alle in den ersten Worten als Papst am meisten beeindruckt hat, war die Aufforderung an das „Volk“, die Bitte an das „Volk“,

---

12 Gemeint sind damit untreue Angestellte des Vatikans, die zu eigenem Nutzen ihre Stelle missbraucht und den Vatikan und den Papst in den Schmutz gezogen haben.

ihn zu segnen (durch Gebet): Nach Ratzingers Rücktritt ist das Ministerium von Petrus weniger majestätisch und mehr projiziert in der konziliaren Dimension der Brüderlichkeit.

Franziskus war ein Innovator und begann mit einem Bruch mit der Hierarchie der Zeit. Beim Anblick des neuen Papstes im Fernsehen haben die Katholiken verstanden, dass sie an der Erneuerung teilnehmen werden. Denn ohne Menschen wird es keine Veränderung geben, ohne zu teilen, ohne sich wieder in Frage zu stellen. Die Herausforderung geht jedoch über die Gemeinschaft der Gläubigen hinaus. Sie betrifft westliche Gesellschaften, reiche Länder, inakzeptable globale Ungleichheiten, Ausbeutung, Freiheitsentzug, Egoismus und Klassen-Selbstsucht, Frauenrechte, und es könnte so weitergehen. Der religiöse Glaube ist eine Hoffnungsreserve für die Zukunft des Menschen und für einen Wandel im Zeichen der Gleichheit. Es ist eine Reserve, auch wenn die Kirche selbst aus irgendeinem historischen oder politischen Grund humpelt oder sich querstellt. Wir hoffen, dass Franziskus das große, aufregende Versprechen hält, das in seinem Namen enthalten ist. Armut, Lächeln, Vertrauen, Teilen: was der moderne Mensch braucht. Wir müssen unsere Fehler hinter uns lassen. Wir müssen das Volk wiederfinden, das den Einzelnen von seiner Einsamkeit gegenüber den „Märkten" befreit. Der Wandel im Zeichen der Gleichheit ist heute auch das höchste säkulare und zivile Streben.

Text 2 – *Libero*

Maurizio Belpietro
È argentino, si chiamerà Francesco. Il Papa povero
(1) A sorpresa, al soglio di Pietro è stato eletto l'arcivescovo di Buenos Aires Jorge Mario Bergoglio, gesuita di 76 anni, il primo non europeo: «Vengo dalla fine del mondo». (2) Ha telefonato subito al predecessore. (3) La previsione: in Curia userà la ramazza
(4) L'elezione del cardinale di Buenos Aires, Jorge Mario Bergoglio, al soglio di Pietro dimostra una cosa, ossia che i cosiddetti vaticanisti sanno tutto, tranne chi sarà il Papa. (5) Tra le mille analisi che ci sono state inflitte da quando Benedetto XVI si è dimesso, nessuna aveva infatti ipotizzato che a succedergli sarebbe stato un argentino. (6) Dal cardinale di San Paolo a quello di Guadalajara, per passare al metropolita di Manila: i giornali li hanno resi papabili tutti, tranne il solo che poi sarebbe stato eletto. (7) Alcuni si erano addirittura spinti a ipotizzare i due che se la sarebbero giocata in conclave: l'arcivescovo di Milano Angelo Scola e quello di New York Timothy Dolan. (8) Ma Bergoglio nessuno lo ha mai preso in considerazione. (9) Il risultato è che di Francesco si sa poco o nulla, se non

che è l'anti Ratzinger, nel senso che nel 2005 fu una delle porpore prese in considerazione per l'elezione del Pontefice. (10) Caduta la candidatura del cardinal Martini e poi quella dell'arcivescovo di Milano Tettamanzi, spuntò il suo nome, ma per una serie di ragioni poi fu scelto il Prefetto della Fede. (11) Ma oltre ad essere stato il candidato di bandiera del fronte che si opponeva a Benedetto XVI, il nuovo Papa è davvero l'avversario di chi l'ha preceduto? (12) Chi lo conosce dice di no e anzi aggiunge che del vescovo emerito di Roma (così lo ha definito Bergoglio nel suo primo discorso a San Pietro, chiarendo subito che non considera il suo predecessore un Pontefice ombra od onorario) è amico o comunque in buoni rapporti. (13) Tuttavia anche se non è un nemico dell'ex Papa, il nuovo di certo ha idee molto diverse. (14) Non sui temi bioetici, dove ricalca in pieno la linea di Ratzinger, in particolare sui matrimoni gay, ma venendo da un terra come quella del Sud America, dove i poveri abbondano, si ispira ad una chiesa forse meno legata alla tradizione, ma pronta a cambiare a seconda delle esigenze terrene. (15) Non a caso in una recente intervista Francesco incitava a rimanere fedeli cambiando. (16) Un rimprovero ai tradizionalisti e ai fondamentalisti, ai quali ricordava che la fedeltà significa modificare il proprio atteggiamento. (17) Nel medesimo colloquio, il nuovo Papa spiegava la sua strategia pastorale, invitando i parroci a uscire dalla parrocchia. (18) A Buenos Aires una chiesa dista dall'altra almeno due chilometri: troppi secondo Bergoglio per poter avvicinare i fedeli. (19) Per questo sollecitava i preti ad affittare un garage e ad affidare la catechesi a qualche laico, concedendogli pure di dare la comunione. (20) Di lui si ricordano le memorabili omelie contro la meschinità dei politici e infatti la presidenta argentina Cristina Kirchner alle sue messe non si faceva mai vedere. (21) Di lui dicono che viva in tre stanzette e con una sola perpetua come personale di servizio. (22) Niente sfarzo, nessuna ostentazione. (23) Di come consideri la sua missione, a spiegarlo forse basta il nome che si è dato. (24) Pur essendo gesuita si è scelto Francesco, come il poverello di Assisi, un santo che pur essendo popolare e venerato, chissà perché, finora nessun Pontefice aveva preso ad esempio, per lo meno nel nome. (25) Sarà alla spiritualità francescana, al pauperismo, alla teologia della liberazione tanto praticata in Sud America che si ispirerà Papa Bergoglio? (26) Lo vedremo presto. (27) Di certo la prima sfida che dovrà affrontare sarà quella con la curia romana, quella curia che con i suoi veleni, le sue rivalità, tanta parte ha avuto nella traumatica uscita di scena di Benedetto XVI. (28) Nonostante il proverbiale riserbo delle stanze vaticane, Ratzinger quando ha salutato qualche sassolino dalle scarpe se lo è levato. (29) E quei sassolini sono macigni sulla strada di Francesco. (30) Ce la farà a rimuoverli? (31) Riuscirà a disarmare le fazioni che da anni si combattono fra loro e hanno

prodotto veleni e fughe di notizie come mai prima era avvenuto all'ombra di San Pietro? (32) Nell'intervista già citata, concessa ad Andrea Tornielli de *la Stampa*, il nuovo Pontefice a proposito delle cattive notizie provenienti dal Vaticano accusava i giornalisti di essere affetti da coprofilia e di nutrirsi solo di scandali, ma ammetteva anche che la Curia romana qualche difetto l'aveva. (33) Chi lo conosce dice che l'idea di riforma della burocrazia della Chiesa che ha in testa è radicale. (34) In tal caso si potrà parlare, come lui ha fatto salutando i fedeli raccolti in piazza, di un Papa che viene quasi dalla fine del mondo. (35) O, meglio, da un altro mondo.

dt. **Er ist Argentinier, er wird Franziskus heißen. Der arme Papst**
Überraschenderweise wurde der 76-jährige Erzbischof von Buenos Aires, Jorge Mario Bergoglio, auf den Thron von Petrus gewählt, der erste Nicht-Europäer: „Ich komme vom Ende der Welt". Er rief sofort seinen Vorgänger an. Die Prognose: In der Kurie wird er mit eisernem Besen auskehren
Die Wahl des Kardinals von Buenos Aires, Jorge Mario Bergoglio, auf den Thron von Petrus zeigt eines: Die so genannten Experten des Vatikans wissen alles, außer wer der Papst sein wird – unter den tausend Analysen seit dem Rückzug von Benedikt XVI. hatte niemand tatsächlich die Hypothese aufgestellt, dass ein Argentinier ihm nachfolgen würde. Vom Kardinal San Paolo bis nach Guadalajara, um zum Metropoliten von Manila zu gelangen: Die Zeitungen haben sie alle als möglich erachtet, mit Ausnahme des einzigen, der dann gewählt wurde. Einige gingen sogar so weit, die Namen der zwei Kardinäle vorauszusagen, die im Konklave die größten Aussichten auf eine Wahl gehabt hätten: den Mailänder Erzbischof Angelo Scola und Timothy Dolan, den Erzbischof von New York. Aber niemand hat Bergoglio in Betracht gezogen. Das Ergebnis ist, dass wenig oder nichts über Franziskus bekannt ist, außer dass er der Anti-Ratzinger ist, in dem Sinne, dass er 2005 einer der Kardinäle war, die bei der Wahl des Papstes berücksichtigt wurden. Mit dem Sturz der Kandidatur von Kardinal Martini und der des Erzbischofs von Mailand Tettamanzi kam sein Name auf, aber aus mehreren Gründen wurde der Präfekt des Glaubens gewählt. Aber ist der neue Papst nicht nur der Flaggenkandidat der Front gegen Benedikt XVI., sondern auch wirklich der Gegner des Vorgängers? Diejenigen, die ihn kennen, sagen nein, und sie fügen hinzu, das Bergoglio mit dem Bischof emeritus von Rom (so definierte Bergoglio ihn in seiner ersten Rede in St. Peter, und er stellte dabei sofort klar, dass er seinen Vorgänger nicht als Schatten- oder Ehrenpapst ansieht), befreundet sei oder mindestens auf gutem Fuße mit ihm stehe. Aber auch wenn er kein Feind des ehemaligen Papstes ist, hat der Neue durchaus andere Vorstellungen. Nicht zu bioethischen Themen, wo er der Linie von Ratzinger folgt, insbesondere bei schwulen Ehen, aber

da er aus einem Land wie Südamerika kommt, wo viele Arme leben, ist er von einer Kirche inspiriert, die vielleicht weniger an die Tradition gebunden ist, aber dazu bereit ist, sich entsprechend den irdischen Bedürfnissen zu ändern. Es ist kein Zufall, dass Franziskus kürzlich in einem Interview dazu gedrängt hat, sich durch Veränderung treu zu bleiben. Ein Vorwurf gegen Traditionalisten und Fundamentalisten, die er daran erinnerte, dass Treue bedeutet, die Einstellung zu ändern. In demselben Interview erklärte der neue Papst seine pastorale Strategie und forderte die Pfarrer auf, die Pfarrei zu verlassen. In Buenos Aires ist eine Kirche mindestens zwei Kilometer von der anderen entfernt: Laut Bergoglio zu viel, um sich den Gläubigen nähern zu können. Er forderte die Priester dazu auf, eine Garage zu mieten und die Katechese einigen Laien anzuvertrauen, wobei er ihnen auch die Austeilung der Kommunion gewährte. Es bleiben uns seine denkwürdigen Predigten gegen die Kleinlichkeit von Politikern in Erinnerung, und tatsächlich erschien die argentinische Präsidentin Cristina Kirchner bei seinen Gottesdiensten nie. Sie sagen, er wohnt in drei kleinen Räumen und hat nur eine Pfarrhaushälterin als einziges Dienstpersonal. Kein Prunk, keine Pracht. Um zu erklären, wie er seine Mission betrachtet, genügt vielleicht der Name, den er gewählt hat. Obwohl er Jesuit ist, hat er Franziskus wie den armen Mann von Assisi gewählt, einen Heiligen, der, obwohl er beliebt war und verehrt wurde, wer weiß, warum, bis jetzt keinem Papst zumindest in seinem Namen ein Beispiel war. Wird Papst Bergoglio durch franziskanische Spiritualität, durch Pauperismus, durch die Theologie der Befreiung, die in Südamerika so praktiziert wird, inspiriert werden? Wir werden es bald sehen. Sicherlich wird die erste Herausforderung, der sich die römische Kurie stellen muss, die Kurie sein, die mit ihren Giften und ihren Rivalitäten, so viel mit dem traumatischen Abgang von Benedikt XVI. zu tun hatte. Trotz der sprichwörtlichen Zurückhaltung der vatikanischen Räume hat Ratzinger sich einiges von der Seele geredet, als er sich verabschiedet hat. Und dieses einiges stellt Felsbrocken auf Franziskus' Straße dar. Wird er sie entfernen können? Wird er in der Lage sein, die Fraktionen zu entwaffnen, die sich seit Jahren gegenseitig bekämpfen und wie nie zuvor im Schatten des Petersdom Gifte und Lecks produziert haben? In dem vorgenannten Interview zu den schlechten Nachrichten aus dem Vatikan, das Andrea Tornielli von *la Stampa* gewährt wurde, beschuldigte der neue Papst die Journalisten, an Koprophilie zu leiden und sich nur von Skandalen zu ernähren. Er gab jedoch auch zu, dass die Römische Kurie auch ein paar Fehler hatte. Diejenigen, die ihn kennen, sagen, dass die Idee einer Reform der Bürokratie der Kirche in seinem Kopf radikal ist. In diesem Fall können wir, wie er die auf dem Platz versammelten Gläubigen begrüßte, von einem Papst sprechen, der fast vom Ende der Welt kommt. Oder eher aus einer anderen Welt.

Die beiden Artikel weisen eine ähnliche Länge auf: Die Wortzahl beläuft sich auf 646 im Text 1 und auf 815 im Text 2, die Anzahl der Sätze auf 38 im Text 1 und auf 35 im Text 2. Die Durchschnittslänge der Sätze beträgt bei *L'Unità* 17 Wörter, bei *Libero* 23 Wörter.

Die Satzlänge der untersuchten Leitartikel weist eine große Variabilität auf. Interessant ist indessen zu beobachten, dass auch minimale Sätze zu finden sind, die z. B. im Deutschen nicht unbedingt typisch für Pressetexte sind[13]: Sardos Text enthält vier Sätze, Belpietros Text drei solche Sätze, die üblicherweise in der Schriftsprache selten vorkommen. Viele Sätze erweisen sich darüber hinaus als syntaktisch unvollkommen (Sardo: zehn Sätze, Belpietro: fünf Sätze). In Belpietros Text sind zudem zwei Linksheraustellungen (ALTMANN 1981; DEWALD 2013; Satz 6 und 23) und ein Anakoluth (Satz 12) zu erkennen:

Syntaktisch unvollständige Sätze (ohne Hauptsatz)	(1) Francesco. (2) Come il Santo d'Assisi. (3) Come nessuno dei successori di Pietro aveva fin qui scelto di chiamarsi.	Symmetrische Konstruktion, Wiederholung des Subjunktors *come* ['wie']. Es entsteht eine Art Parallelismus.
Syntaktisch unvollständige Sätze (ohne Hauptsatz)	(6) L'allegria di Francesco che sconvolge il conformismo dei benpensanti. (7) La povertà di Francesco che ribalta le gerarchie del successo. (8) La fraternità di Francesco che travolge l'individualismo e l'egoismo.	Die Sätze fangen jeweils mit einem Substantiv („allegria", „povertà", „fraternità") an, dem ein Relativsatz („che sconvolge", „che ribalta", „che travolge" folgt). Durch den identischen Satzbau ensteht eine Art Parallelismus.

Tab. 1: Syntaktische Auffälligkeiten im Text 1.

13 Von BEST (2002) wurde die durchschnittliche Zahl der Wörter je Satz für die Textgruppe (deutsche) Pressetexte wie folgt erarbeitet: untere Grenze der Satzlängen 9,62, obere Grenze: 22,91. Die berücksichtigten Texte stammten aus dem 20. Jahrhundert. Lenk hat Kommentare in Boulevardzeitungen untersucht und deutlich kürzere Sätze festgestellt als in Regional- und überregionalen Zeitungen (LENK 2019).

Linksheraus-stellung	(6) Dal cardinale di San Paolo a quello di Guadalajara, per passare al metropolita di Manila: i giornali li hanno resi papabili tutti, tranne il solo che poi sarebbe stato eletto.	Ein Satzglied (hier: eine Auflistung) wird linksversetzt und im folgenden Satz durch ein Pronomen (*li*) wiederaufgenommen.
Linksheraus-stellung	(23) Di come consideri la sua missione, a spiegarlo forse basta il nome che si è dato.	Ein Nebensatz wird durch ein klitisches Pronomen (*lo*) wiederaufgenommen.
Anakoluth (syntaktische Unstimmig-keit)	(12) Chi lo conosce dice di no e anzi aggiunge che del vescovo emerito di Roma […] è amico o comunque in buoni rapporti.	Satzbruch: Der Satz wird syntaktisch unkonsequent zu Ende geführt.

Tab. 2: Syntaktische Auffälligkeiten im Text 2.

Die genannten Phänomene, die in italienischen Pressetxten lange nicht geläufig waren (vgl. Kapitel 1), entsprechen einer seit einigen Jahren in den italienischen Zeitungen zu erkennenden Tendenz, die teilweise auf die bewusste Nachahmung bestimmter syntaktischer Konstrukte der gesprochenen Sprache in Pressetexten zurückzuführen ist. Die Analyse der Leitartikel bestätigt die Beobachtungen von vielen Sprachwissenschaftlern, die für das Italienische u. a. von einer „parataktisierten Hypotaxe" (SABATINI 2004) oder von einer „zerfetzten Syntax" (SERIANNI 2013) sprechen, die insbesondere für meinungsbetonte Darstellungsformen typisch ist.[14]

14 Ein vielzitiertes Paradebeispiel dafür ist der Stil des Journalisten Ilvo Diamanti (SERIANNI 2012, NOVELLI o. J.). Novelli spricht von „gehacktem", von „Stop-and-go-Stil".

Inhaltlich stellen die beiden Leitartikel die erste öffentliche Reaktion der Journalisten auf die Nachricht der Wahl vom – dem italienischen Publikum damals völlig unbekannten – argentinischen Kardinal Jorge Maria Bergoglio zum Papst dar. Die Einstellung dem Erwählten gegenüber ist in beiden Fällen dabei durchaus positiv: Die Zentralstellung des Papstes in der Gesellschaft als Oberhaupt der katholischen Kirche gilt in beiden Fällen als vorausgesetzt. Der Papst wird in Italien traditionsgemäß respektiert und geehrt.

Die Argumentationslinien der Texte weisen dennoch erhebliche Unterschiede auf. Während Sardo in *L'Unità* sich in seinen Ausführungen auf die geistige Dimension konzentriert, fokussiert Belpietro eher auf politische Implikationen und Hintergründe. Die Hauptthese in Sardos Text ist, dass der neue Papst eine Hoffnung für die Katholiken und im Allgemeinen für die italienische Gesellschaft ist, da er, wie der gleichnamige mittelalterliche Heilige von Assisi, Befürworter einer Veränderung zu einer breiteren Brüderschaft und Gleichheit ist, die das höchste Streben der heutigen weltlichen Gesellschaft darstellt (Sätze 27–38). Im *Libero*-Text lautet die Hauptthese, dass der neue Papst, obwohl er in bioethischen Fragen in einer Kontinuitätslinie mit dem Vorgänger steht, eine radikale Erneuerung verspricht; letztere wird aber aufgrund der zahlreichen Hindernisse durchaus problematisch zu vollziehen sein: Die alte Welt der römischen Kurie wird sich mit der neuen, durch Franziskus vertretenen Welt, auseinandersetzen (Sätze 11–14, 32–35).

Pragmatisch unterscheiden sich die Artikel, indem sich Sardo durch ein wiederholtes inklusives *wir* an die Seite der Gläubigen stellt: „Lo conosceremo“ (Satz 23) [‘Wir werden ihn kennenlernen’], „Speriamo“ (Satz 33) [‘Wir hoffen’], „Abbiamo bisogno“ (Sätze 35 und 36) [‘Wir brauchen’]. Belpietro bietet hingegen eine Reflexion aus einer äußeren Perspektive[15] und argumentiert auf der Basis von Daten und Quellen, indem er auf ein Interview an Bergoglio (Sätze 15 und 17), auf Statements von ihm („salutando i fedeli“, Satz 34 [‘wie er die auf dem Platz

15 Nur einmal verwendet Belpietro ein inklusives *wir*: „Lo vedremo presto“ (Satz 26) [‘Wir werden es bald sehen’], das pragmatisch eher an eine Herausforderung für den Neuerwählten erinnert.

versammelten Gläubigen begrüßte']) oder auf sonstige nicht näher beschriebene Informanten („chi lo conosce", Satz 12 ['wer ihn kennt'], „di lui si ricordano", Satz 20 ['von ihm bleibt uns in Erinnerung'], „di lui dicono", Satz 21 ['von ihm sagt man']) verweist.

Aufgrund des für Italiens Verhältnisse durchaus identitätsstiftenden Themas sind die Ausführungen der Journalisten – im Vergleich z. B. zu Deutschland und Österreich – sehr sensibel balanciert und vorsichtig formuliert.

Die Unterhaltungsfunktion, das Bedürfnis nach äußerster Klarheit und das Bedürfnis, zur Meinungsbildung beizutragen, beeinflussen die Wahlmöglichkeiten des Lesers. Typische Merkmale der Massenmediengattungen werden auf originelle Weise in Kommentaren und Leitartikeln kombiniert. Zu den Elementen des sprachlichen Experimentierens (vgl. EROMS 2008, 127), die in der Literatur stärker hervorgehoben werden, gehören die Interpunktion und die Verbindungsmittel (RAFFAELLI 2007). Die Analyse dieser Texte stellt daher eine privilegierte Beobachtungsstelle dar, um die in der Sprache fortschreitenden Phänomene zu untersuchen und Entwicklungen zu skizzieren, die möglicherweise andere Bereiche der schriftlichen Kommunikation einschließen, um letzlich in einer kontrastiven Perspektive systematisch kodifiziert zu werden.

Diese Tendenz wird insbesondere durch die Vorliebe für das Interpunktionszeichen Punkt betont. Seltener kommen Semikolon und Komma vor. Hinter dieser scheinbaren Einfachheit der Texte steckt letzten Endes ein erhöhter Interpretationsaufwand für den Leser, der die hierarchischen Beziehungen zwischen den Sätzen auch ohne Angabe der Interpunktionszeichen selbst rekonstruieren muss (SABATINI 2004; RAFFAELLI 2007; BURONI 2010; NOVELLI o. J).

Es ist zu erkennen, dass auch an solch hervorgehobenen Stellen (Leitartikel, erste Seite) und zu einem so sensiblen Thema die Syntax gebrochen ist, wenn auch mit Unterschieden in den beiden Texten, die jeweils auf einen besonderen Stil des Autors zurückzuführen sind. Dies belegt ein besonderes Merkmal der heutigen italienischen Schriftsprache, das in publizistischen Textsorten verbreitet ist.

4. Fazit

Im Mittelpunkt des vorliegenden Aufsatzes steht die Textsorte Leitartikel, die im Rahmen von Kommentartypen in italienischen Zeitungen beschrieben wurde (Kapitel 1). Nach der Präsentation von Kommentaren auf der ersten Seite von sechs repräsentativen Tageszeitungen (Kapitel 2) wurden im Kapitel 3 zwei Beispiel-Leitartikel miteinander verglichen, die aus *L'Unità* und *Libero* stammen.

Die untersuchten Leitartikel gehen aufgrund des heiklen Themas Papstwahl deutlich vorsichtig mit den Ausführungen um. Trotz aller Vorsicht erweist sich die Syntax als gebrochen (kurze Sätze, Linksherausstellungen, Anakoluthe).

Einer künftigen empirischen Untersuchung an Hand quantitativ repräsentativer Korpora bleibt die Analyse der Kommentare bzw. Leitartikel überlassen, die sich mit diesem Thema in ausgewählten italienischen und deutschsprachigen Zeitungen beschäftigen, um Unterschiede im Argumentationsaufbau und in der Syntax (Lenk 2012 und 2013) zu erkennen, was zu interessanten Ergebnissen des Vergleichs führen kann, insbesondere im Hinblick auf die – unter den von Fix (2014, 21) im Textsortenwandel erkannten – Trends: Vermischtheit, Zersplitterung, Normiertheit und Abwandlung.

Literatur

ADS-Accertamenti diffusione stampa. http://www.adsnotizie.it/_dati_certificati.asp?azione=filtra (letzter Zugriff 25.04.2019).

Altmann, Hans (1981): Formen der »Herausstellung« im Deutschen. Rechtsversetzung, Linksversetzung, Freies Thema und verwandte Konstruktionen. Tübingen (Linguistische Arbeiten. 106).

Antonelli, Giuseppe (2007): L'italiano nella società della comunicazione. Bologna.

Bergamini, Oliviero (2006): La democrazia della stampa. Storia del giornalismo. Rom/Bari.

Best, Karl-Heinz (2002): Satzlängen im Deutschen: Verteilungen, Mittelwerte, Sprachwandel. In: Göttinger Beiträge zur Sprachwissenschaft 7, 7–31.

Buffagni, Claudia/Birk, Andrea (2008): Germania periodica. Imparare il tedesco sui giornali. Pisa.

Buffagni, Claudia/Foschi, Marina/Hepp, Marianne (2016): Italienische Kommentare im journalistischen Textsortennetz. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.): Persuasionsstile in Europa II: Kommentartexte in den Medienlandschaften europäischer Länder. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 229–231), 371–402.

Buroni, Edoardo (2010): Docere, delectare, movere. Strategie testuali e comunicative dei quotidiani politici della ‘Seconda repubblica’. In: Rendiconti – Istituto Lombardo di Scienze e Lettere. Accademia di Scienze e Lettere. Classe di lettere e scienze morali e storiche 143, 31–66. Online unter der URL https://air.unimi.it/retrieve/handle/2434/214741/262964/Rendiconti_Istituto_Lombardo_2010_Buroni.pdf (letzter Zugriff 25.04.2019)

CENSIS 15 (2018): 15° Rapporto Censis sulla comunicazione I MEDIA DIGITALI E LA FINE DELLO STAR SYSTEM. [‘15. Censis-Bericht zur Kommunikation DIGITALE MEDIEN UND DAS ENDE DES STAR-SYSTEMS’] https://www.pubblicitaitalia.it/ 20181012107097/media/15-rapporto-censis-sulla-comunicazione-i-media-digitali-e-la-fine-dello-star-system. (letzter Zugriff 25.04.2019)

Contorbia, Franco (Hrsg.) (2007): Giornalismo italiano 1860–1939. 2 Bände. Band I: 1860–1901. Mailand.

Dardano, Maurizio (1986): Il linguaggio dei giornali italiani. Rom/Bari.

De Amicis, Edmondo (1886) : Cuore. Treves. Mailand. (dt. Herz: eine Kindheit vor 100 Jahren. Übersetzt von Hans-Ludwig Freese. Berlin 1996).

De Amicis, Edmondo (1905): L’idioma gentile. Mailand.

Dewald, Anika (2013), Versetzungsstrukturen im Deutschen. Zu ihrer Syntax, Prosodie und Diskursfunktion. Dissertation Universität zu Köln. Online unter der URL https://kups.ub.uni-koeln.de/5469/1/Versetzungsstrukturen_im_Deutschen.pdf (letzter Zugriff 22.04.2019)

Eroms, Hans-Werner (2008): Stil und Stilistik. Eine Einführung. Berlin. (Grundlagen der Germanistik. 45).

Fix, Ulla (2014): Aktuelle Tendenzen des Textsortenwandels – Thesenpapier. In: Hauser, Stefan/Kleinberger, Ulla/Roth, Kersten Sven (Hrsg.): Musterwandel – Sortenwandel. Aktuelle Tendenzen der diachronen Text(sorten)linguistik. Bern u. a. (Sprache in Kommunikation und Medien. 3.), 15−48.

Gualdo, Riccardo (2007): L’italiano dei giornali. Rom.

Lenk, Hartmut E. H. (2012): Methodologische Probleme des Textsortenvergleichs am Beispiel des Kommentars. In: Text und Diskurs 5, 360–376. Online unter der URL http://tekst-dyskurs.eu/images/pdf/zeszyt_5/lenk.pdf (letzter Zugriff 25.04.2019)

Lenk, Hartmut E. H. (2013): Zur Syntax des außenpolitischen Leitartikels/Kommentars in Regionalzeitungen. In: Enell-Nilsson, Mona/Faber, Benedikt/Nikula, Henrik (Hrsg.): Mit Wörtern bewegen. Festschrift für Mariann Skog-Södersved zum 60. Geburtstag. Vaasa (Acta Wasaensia. 278. Sprachwissenschaft. 45.), 27–40.

Lenk, Hartmut E. H. (2019): Kommentartypen und ihre sprachlich-textuellen Merkmale in Boulevardtageszeitungen aus den deutschsprachigen Ländern. Unter besonderer Berücksichtigung syntaktischer Eigenschaften. In diesem Band.

Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.) (2012): Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 218–219).

Loporcaro, Michele (2005): Cattive notizie. La retorica senza lumi dei massmedia italiani. Bologna.

Mengaldo, Pier Vincenzo (1994): Il Novecento. (Storia della letteratura italiana). Bologna.

Novelli, Silverio (o. J.): Diamanti di parole con lo stop and go. In: Magazine Treccani. Speciale "Scritto e parlato". Online unter der URL http://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/articoli/scritto_e_parlato/Diamanti.html. (letzter Zugriff 25.04.2019)

Papuzzi, Alberto (2010): Professione giornalista. Le tecniche, i media, le regole. Rom.

Raffaelli, Lucia (2007): Fra punteggiatura e sintassi: sondaggi sui titoli dei quotidiani. In: Della Valle, Valeria/Trifone, Pietro (Hrsg.): Studi linguistici per Luca Serianni. Rom, 455–68.

Sabatini, Francesco (2004): L'ipotassi "paratattizzata". In: D'Achille, Paolo (Hrsg.): Generi, architetture e forme testuali, Atti del VII convegno SILFI. Band I. Florenz, 61–71.

Savarese, Rossella (1991): Grafica quotidiana. In: Bonfantini, Massimo A./Martone, Arturo (Hrsg.): Le semiotiche speciali. Neapel, 183–209.

Serianni, Luca (2012): Italiani scritti. 3. Auflage. Bologna.

Serianni, Luca (2013): Leggere scrivere argomentare. Rom/Bari.

Webseiten

(letzter Zugriff jeweils am 11.04.2019)

http://www.repubblica.it
https://www.corriere.it
https://www.libero.it
https://www.ilfattoquotidiano.it
https://www.lastampa.it

MIKAELA PETKOVA-KESSANLIS

Kurzkommentare in der griechischen und bulgarischen überregionalen Tagespresse

Abstract

The article deals with brief commentaries (including editorials) published in Greek and Bulgarian national daily newspapers. While brief commentaries are atypical for the Greek press (the only examples being the editorials in the quality newspaper *Kathimerini*), they are very common in the Bulgarian press. On the one hand, this frequency of brief commentaries is due to the lack of quality newspapers in the Bulgarian press landscape and, on the other hand, to the existence of hybrid tabloids. Based on the view that brevity is a stylistic category, brief commentaries are examined in this paper in terms of their textual structure. The analysis involves the identification of types of illocutionary acts and acting moves as well as their stylistic effect.

1. Einleitung: Kurzkommentare in der Tagespresse

Das journalistische KOMMENTIEREN ist ein Texthandlungsmuster, d. h. ein Handlungsmuster, das mittels Texten durchgeführt wird (vgl. SANDIG 1987, 117), das sich von anderen kommentierenden Texthandlungsmustern wie dem literaturwissenschaftlichen und dem juristischen KOMMENTIEREN, vom alltäglichen KOMMENTIEREN sowie vom Handlungsmuster KOMMENTIEREN, das als Mittel zur Durchführung anderer Handlungen genutzt wird und mittels einzelner Äußerungen oder Teiltexten realisiert wird, grundsätzlich unterscheidet (vgl. PETKOVA-KESSANLIS (i. Dr.). Während die meisten kommentierenden Texthandlungsmuster primär eine Informationsfunktion innehaben, die prototypisch mittels MITTEILEN, EKLÄREN, ERLÄUTERN und/oder MEINUNGSÄUSSERN realisiert wird, zeichnet sich das journalistische

KOMMENTIEREN durch seine Meinungsbildungsfunktion aus. Meinungsbildendes sprachliches Handeln ist ein komplexes Handeln, d. h. zur Realisierung einer meinungsbildenden Intention ist der Vollzug mehrerer sprachlicher Handlungen vonnöten. Die Komplexität journalistischen Handelns beschreibt LÜGER (2017, 179) folgendermaßen:

> Journalistisches Kommentieren läuft bekanntlich oft darauf hinaus, bestimmte Behauptungen zu stützen oder zu entkräften, Bewertungen zu begründen oder als unangemessen erscheinen zu lassen, eine gegebene Position zu verteidigen, abzuschwächen oder zu widerlegen, für die Ausführung oder Unterlassung spezieller Handlungen zu plädieren.

Journalistisches Kommentieren wird demzufolge mittels Handlungen wie BEHAUPTEN, BEGRÜNDEN, NAHELEGEN, BEWERTEN, WIDERLEGEN, ABLEHNEN, APPELLIEREN, FORDERN, AUFFORDERN etc. vollzogen. Dieses komplexe illokutive Handeln mit dem perlokutiven Ziel der Meinungsbeeinflussung, das prototypisch im Rahmen des Vertextungsmusters Argumentation (vgl. EGGS 2000) ausgeführt wird, schlägt sich nieder in „textueller Vielschichtigkeit oder Mehrdimensionalität“ (LÜGER 2017, 80) und erfordert – formal gesehen – einen gewissen Textumfang. Dieser Umfang – dies wird daraus ersichtlich – ist weniger das Ergebnis einer individuellen Entscheidung des Textproduzenten, sondern hängt vielmehr mit der textsortenspezifischen kommunikativen Aufgabe zusammen. Diese ergibt sich aus dem einer Textsorte zugeordneten sozialen Sinn. Es gilt also für Textsorten generell: „Der Durchschnittsumfang eines Textmusters ist auf dessen sozialen Sinn bezogen“ (SANDIG 2006, 502). Die (optimale) Lösung wiederkehrender Kommunikationsaufgaben führt zur Etablierung eines für eine Textsorte prototypischen Textumfangs. Mitbestimmt wird aber – z. B. im Falle eines Pressekommentars – der textsortenspezifische Durchschnittsumfang auch durch die textsortenspezifische intertextuelle Gebundenheit der Texte. Diese intertextuelle Gebundenheit hat SCHALKOWSKI (2011, 29) im Blick, wenn er als Kennzeichen der Textsorte Pressekommentar seine Kürze hervorhebt: Der Kommentar ist insofern kurz, als er in der Regel einen geringeren Umfang aufweist als die informationsbetonten Primärtexte, auf die er sich bezieht, er ist aber häufig auch kürzer als

andere Texte, die in der Zeitung vorkommen (Berichte, Analysen, Interviews). Last but not least variiert der Durchschnittsumfang von Medium zu Medium bzw. wird von dem jeweiligen Medium vorgegeben. So sind Kommentare in Qualitätszeitungen in der Regel umfangreicher als Kommentare in regionalen und Boulevardzeitungen. SCHALKOWSKI (2011, 29) gibt für Kommentare in überregionalen Zeitungen einen Umfang von 30 bis 60 Zeilen an, in regionalen und Boulevardzeitungen einen Umfang von 30 Zeilen; der Leitartikel in überregionalen und großen regionalen Zeitungen hingegen „erreicht […] Ausmaße von rund 100 bis 150 Zeilen". Was die Glosse betrifft, so weist sie häufig einen geringeren Umfang auf als der Kommentar in überregionalen Zeitungen und wird deswegen oft als „Kurzkommentar" eingestuft (vgl. SCHALKOWSKI 2011, 80). SANDIG (2006, 502) schreibt über den Umfang der Glossen aus dem von ihr untersuchten Korpus:

> Der Durchschnittsumfang der politischen Glossen liegt in der „Zeit" im Zeitraum der untersuchten Texte bei 23–27 Zeilen; in der „Süddeutschen Zeitung" ist das „Streiflicht" wesentlich länger; in anderen Rubriken der „Zeit" kann die Glosse auch länger oder kürzer sein, aber im Durchschnitt ist sie höchstens halb so lang wie das „Streiflicht".

Dem lässt sich wiederum entnehmen, dass der textsortenspezifische Durchschnittsumfang lediglich eine Orientierungsgröße sein kann bzw. ist. Grund dafür ist einerseits die textmusterbezogene, andererseits die individuelle Varianz bei der Realisierung eines gegebenen Textmusters (vgl. PETKOVA-KESSANLIS 2009, 3).

In der kommunikativen Realität sind sowohl textmusterbezogene als auch individuelle Varianz bezüglich des Umfangs, d. h. ein mehr oder weniger deutliches Abweichen vom textsortenspezifischen Durchschnittsumfang oder aber z. B. eine Halbierung des konventionell erwartbaren Durchschnittsumfangs, insofern unproblematisch, als sie in der Regel nicht zum Rezeptionsverzicht seitens des Lesers führen. Individuelle Varianz könnte allerdings auf Nicht-Akzeptanz nach der Rezeption stoßen, und zwar dann, wenn der Textrezipient die Erfüllung der textsortenspezifischen Funktion des Textes in Frage stellt. Aus diesem Grund werden besonders kurze Kommentare sowohl in der journalistischen

Fachliteratur als auch in der linguistischen Literatur mehrheitlich negativ bewertet. SCHALKOWSKI (2016, 172) beispielsweise äußert sich kritisch in Bezug auf Kurzkommentare in der Boulevardpresse, genauer zu „der Praxis im Boulevard, wo beispielsweise bei *Bild* 10 bis 15 Zeilen üblich sind“, und weist auf zwei verschiedene Realisierungen hin:

> Im Wesentlichen gibt es zwei Möglichkeiten:
>
> Es wird ein kraftvolles Urteil ausgesprochen. Die Argumente aber, die das Urteil unterstützen sollten, werden nur angeführt, benannt – gerade nicht entwickelt. Dieses Verfahren ist kritisch zu sehen, weil es einen Gedanken nicht ausführt und somit dem Leser für seine Urteilsbildung nur wenig nützt. Er bekommt Argumente geliefert, aber nur als Schlagworte […].
>
> Oder man entwickelt ein oder zwei Argumente und lässt die Gegenargumente unter den Tisch fallen. Dieses Verfahren heißt Standpunkt-Kommentar und ist ebenfalls zu kritisieren, weil es suggeriert, es gäbe nur diese Position. Damit wird es der Sachlage nicht ansatzweise gerecht. Außerdem wiegt es den Leser in falscher Sicherheit; er ist, falls er an einem Diskurs zum Thema teilnimmt, auf die Gegenargumente nicht gefasst. (SCHALKOWSKI 2016, 172)

Schalkowskis Kritik bezieht sich in beiden Fällen auf die Art und Weise der Anwendung des Vertextungsmusters Argumentation. Er bemängelt einerseits die minimale Realisierung des ARGUMENTIERENs (die Argumentation wird nicht entwickelt), andererseits die Art und Weise der Sachverhaltsdarstellung (es werden keine Gegenargumente aufgeführt; somit fehlen auch wichtige Inhaltsaspekte). Wie sich nun unschwer erkennen lässt, resultiert Schalkowskis negative Bewertung aus dem Vergleich der konkreten Handlungsdurchführung mit der prototypischen Handlungsdurchführung des Textmusters Kommentar in Qualitäts- bzw. in überregionalen Zeitungen; als charakteristisch für diese Durchführung gilt u. a., dass das ARGUMENTIEREN für den Kommentar konstitutiv ist (vgl. SCHALKOWSKI [2011, 31], der die „rationale Argumentation“ als „das Herzstück des Kommentars“ ansieht).

Einen deutlich höheren Grad an Akzeptanz für Kurzkommentare zeigen die Ausführungen in HÄUSERMANN (2011, 223): Den Verfassern von Kommentaren empfiehlt er u. a. die Orientierung an folgender Regel:

> *Eine Hauptaussage ist genug:*
> Ein Kommentartext eignet sich als »Überzeugungsrede« nicht dazu, zu mehreren Themen gleichzeitig Stellung zu beziehen. Er ist aber auch überfrachtet, wenn er zu einem einzigen Thema mehrere »gleich wichtige« Argumentationen präsentiert. (Hervorhebungen i. O.)

Diese Regel, die eine stringente Themenentfaltung und die Konzentration auf eine Argumentation fordert, steht der oben zitierten Auffassung von SCHALKOWSKI diametral entgegen. Zudem stuft HÄUSERMANN (2011, 222) „Kommentare in Boulevardblättern" zwar als „nicht immer inhaltliches Vorbild" ein, ist aber der Auffassung, dass sie sich „gut" als „formales" Vorbild eignen. Ein Text, „der die formalen Anforderungen an einen Kommentar erfüllt", enthält laut HÄUSERMANN (2011, 219) folgende Elemente: 1. Erinnerung an den Sachverhalt (S), 2. Argumentation (A), 3. Urteil (U). Für Häusermann – im Unterschied zur Ansicht Schalkowskis – sind die Argumente im Kommentar zwar keinesfalls unwichtig, eine größere Relevanz misst er allerdings der „Art der Begründung" bei. Diesbezüglich schreibt er:

> Interessant ist fast nie die Hauptaussage des Kommentators. Diese lässt sich in den meisten Fällen erraten, wenn man nur schon die Zeitung, die Website oder die Sendung kennt, in der er veröffentlicht wird. Interessant ist die Art der Begründung. Von demjenigen, der das Privileg hat, seine Meinung einem großen Publikum zu präsentieren, erwartet man mehr als nur ein pauschales Bekenntnis. Man erhofft sich von ihm zumindest einen Gedanken, auf den man selbst nicht gekommen wäre. Ein solcher könnte z. B. durch ein Mehr an Sachkenntnis entstehen. (HÄUSERMANN 2011, 219–220)

Wie diese Ausführungen zeigen, geht es Häusermann nicht so sehr darum, wie etwas BEGRÜNDET wird, sondern eher darum, mit welchen Inhalten BEGRÜNDET wird.

Eine Akzeptanz für Kommentare geringeren Umfangs signalisieren auch GANSEL/JÜRGENS (2007, 71–72), indem sie den Kurzkommentar als eine Textsortenvariante betrachten. Sie gehen – in Anlehnung an den von SCHNEIDER/RAUE (1996, 144) unterschiedenen Kommentartypen – von fünf Textsortenvarianten aus: Einerseits-Andererseits-Kommentar, Pro- und Kontra-Kommentar, Meinungsartikel, Kurzkommentar und Pamphlet. Ein Kurzkommentar – in ihrer Auffassung – „lässt kaum

Raum für eigene Argumente, es wird mit Zitaten gearbeitet, deren Argumentation verstärkt und in einem kräftigen Urteil zugespitzt wird“ (GANSEL/JÜRGENS 2007, 71–72). Die Herausbildung dieser Textsortenvarianten bzw. die textsortenbezogene Varianz innerhalb des Textmusters führen sie auf zwei Faktoren zurück: auf mangelnde individuelle Text(sorten)kompetenz und auf Platzmangel im Medium:

> Idealtypisch für den Kommentar ist die argumentative Vertextung mit der Schlussfolgerung einer eigenen Meinung. Aber nicht jeder Journalist erweist sich als Künstler der Argumentation und nicht jedes Presseerzeugnis bietet genügend Raum für die Entfaltung einer vollständigen Argumentation […]. (GANSEL/JÜRGENS 2007, 71)

Es lässt sich also auch hier feststellen, dass die Kürze mancher Kommentare auf eine „verkürzte“ Argumentation zurückzuführen ist. Damit ist die von LÜGER (2017, 80) beschriebene Komplexität des Handelns, die sich in einer textuellen Vielschichtigkeit und Mehrdimensionalität niederschlägt, nicht gegeben. Nun werden aber Kurzkommentare immer wieder verfasst und veröffentlicht. Sie gehören somit zur kommunikativen Wirklichkeit und sind m. E. nicht immer als eine Randerscheinung „abzutun“, die lediglich in der Boulevardpresse zu beobachten ist. Dies zeigt beispielsweise GEHRs Untersuchung (2014) zu Metaphern und Redewendungen in politischen Kommentaren, bei der der Autor in deutschen Tageszeitungen wie der überregionalen *Süddeutschen Zeitung* (SZ) sowie den regionalen Blättern *Westdeutsche Allgemeine Zeitung* (WAZ) und *Westdeutsche Zeitung* (WZ) neben Langkommentaren auch Kurzkommentare[1] vorfindet. Nach SCHALKOWSKI (2016, 171) gibt es den Trend zu kürzeren Kommentaren in deutschen Regionalzeitungen

1 Die Kurzkommentare in der *Süddeutschen Zeitung* haben eine durchschnittliche Länge von 235 Wörtern, Langkommentare bestehen im Durchschnitt aus 791 Wörtern (vgl. GEHR 2014, 104). In der regionalen *Westdeutschen Allgemeinen Zeitung* ist die Durchschnittslänge der Kurzkommentare 162 Wörter, die Langkommentare sind 322 Wörter lang (GEHR 2014, 105); in der regionalen *Westdeutschen Zeitung* haben Kurzkommentare eine durchschnittliche Länge von 98 Wörtern, die Langkommentare von 312 Wörtern (GEHR 2014, 107).

bereits „seit einigen Jahren“. Kurzkommentare scheinen aber auch in anderen europäischen Tageszeitungen keine Seltenheit zu sein. So finden MALMQVIST/VON DER HEIDEN (2016, 39) in der schwedischen Presse Kurzkommentare in allen von ihnen untersuchten „Zeitungsgruppen“. Es handelt sich hierbei um Texte, die von Mitarbeitern der Leitartikelredaktion verfasst werden und die „eine kurze Stellungnahme“ der Leserschaft übermitteln. In finnischsprachigen Zeitungen findet KOHVAKKA (2016, 90–91) Kurzkommentare, die einen Umfang von ca. 40 Wörtern aufweisen; sie stuft diese als „Sonderform“ ein und bezeichnet sie als „Ultra-Kurz-Kommentare“.

Es lässt sich festhalten: Kurzkommentare sind die in Boulevardzeitungen präferierte Art der Durchführung des Texthandlungsmusters journalistisches KOMMENTIEREN. Kurzkommentare kommen aber auch in regionalen und überregionalen Tageszeitungen vor. Da die überwiegende Mehrheit der Kommentare in den überregionalen Tageszeitungen Langkommentare sind, gelten sie als der Prototyp der Textsorte; Kurzkommentare werden infolgedessen als Randerscheinung eingestuft. Dieser Status der Kurzkommentare begründet die sich an sie richtende Kritik: Bemängelt wird in erster Linie die minimale Realisierung des ARGUMENTIERENs.

Im vorliegenden Beitrag soll aufgezeigt werden, welchen Status bzw. welchen Stellenwert Kurzkommentare[2] in der griechischen und bulgarischen Tagespresse aufweisen und welche charakteristischen Textmusterrealisierungen es gibt. Zwecks der Beschreibung dieser Realisierungen erfolgt die Erfassung der für sie charakteristischen Handlungsstruktur und der entsprechenden (stilistischen) Wirkung, die sie hervorrufen.

Kürze generell wird im Folgenden als ein stilistisches Phänomen behandelt. Dabei gehe ich davon aus, dass Kürze nicht nur in einzelnen Textsortenexemplaren einen stilistischen Sinn haben kann, sondern dass Kürze per se ein stilistisches Potenzial aufweist, das sich bei individu-

2 Bei der Einstufung eines gegebenen Pressekommentars als Kurzkommentar orientiere ich mich an SCHALKOWSKI (2011, 29) und betrachte als kurz diejenigen Kommentare, die nicht umfangreicher sind als 30 Zeilen.

ellen Textmusterrealisierungen jeweils unterschiedlich entfalten kann. Aus diesem Grund hat der nachfolgende Abschnitt die Kürze zum Gegenstand.

2. Kürze als stilistisches Phänomen

Sprachliche bzw. textuelle Kürze ist ein vielfältiges linguistisches Phänomen, das unter verschiedenen Aspekten betrachtet werden kann und wird (vgl. z. B. die Beiträge in BÄR u. a. 2007 sowie SKOG-SÖDERSVED u. a. 2015).

Nach LEYHAUSEN (2007, 362) ist Kürze „als ein stilistisches Merkmal von Texten aufzufassen". Die Autorin bestimmt den Text als „das sprachlich Machbare, das die Regeln des klugen Formulierungshandelns berücksichtigt" (LEYHAUSEN 2007, 362). Unter „klugem Handeln" versteht sie – in Anlehnung an HERMANNS (1987, 76–77) – „ein mehrfunktionales Handeln, bei dem möglichst viele Sinnaspekte (viele Interessen, Ausdrucksnotwendigkeiten) berücksichtigt werden" (LEYHAUSEN 2007, 361). Unter der Voraussetzung, dass das sprachliche Handeln ein „kluges Handeln" darstellt bzw. als solches vollzogen wird, ist Kürze „als symbolisches Zeichen intendierbar bzw. interpretierbar" (LEYHAUSEN 2007, 361). Daraus folgt: Kürze ist – sowohl als individuelles als auch als typologisches Textmerkmal – zeichenhaft. Daraus wiederum lässt sich schließen: Kürze kann eine oder mehrere stilistische Funktionen erfüllen. LEYHAUSEN (2007, 361) führt folgende auf: Prägnanz, Fasslichkeit, Klarheit, Deutlichkeit, Glaubhaftigkeit, Aufrichtigkeit, Nüchternheit, Kargheit, Sachlichkeit, Distanziertheit, Übersichtlichkeit, Angemessenheit, Kontur, Witz, Originalität.

Der Begriff *Kürze* hat nach GARDT (2007), der sich mit dem Phänomen aus der Sicht der Rhetorik und Stilistik auseinandersetzt, eine sprachstrukturelle, eine kognitive und eine kommunikative Dimension. Sprachstrukturell gesehen „zeigt sich *Kürze* in Reduktionsformen wie Ellipsen, asyndetischen Reihungen oder, ganz allgemein, in Sätzen, die über eine bestimmte Länge nicht hinausgehen, wobei der Umfang des als

kurz geltenden Satzes nach Textsorte, Situation und kommunikativer Intention des Sprechenden variiert" (GARDT 2007, 71; Hervorhebungen i. O.). Sprachstrukturelle Kürze kann sich in einem quantitativen Umfang niederschlagen. Dies bedeutet allerdings nicht, dass ein geringer Umfang immer mit einer sprachstrukturellen Kürze einhergeht bzw. dass textuelle Kürze daraus resultiert, dass im Text Mittel sprachstruktureller Kürze eingesetzt werden. Demzufolge reicht es im Hinblick auf die Textgestaltung nicht aus, Kürze nur über den – infolge sprachstruktureller Kürze entstandenen – quantitativen Umfang zu bestimmen. Textuelle Kürze manifestiert sich erst in der kognitiven Dimension. Nach GARDT (2007, 71) haben wir es in der kognitiven Dimension der Kürze mit einer „ganz spezifischen Art der Erfassung von Wirklichkeit" und somit mit einer „ganz spezifischen Art ihrer kommunikativen Vermittlung" zu tun; dabei sind die sprachlichen Strukturen „lediglich Mittel zum Zweck der Realisierung" dieser Kürze. In der kognitiven Dimension kann ein „komplexer Ausschnitt aus der Wirklichkeit […] so erfasst [werden], dass lediglich diejenigen Aspekte des Ausschnitts für die sprachliche Darstellung ausgewählt werden, die ihn substantiell und eindeutig charakterisieren" (GARDT 2007, 72). Wie LEYHAUSEN (2007) macht auch GARDT (2007, 70) auf die stilistischen Funktionen der Kürze aufmerksam; er nennt aber zusätzlich „Redeweisen wie *bündige*, *übersichtliche*, *lapidare*, *treffende*, *zugespitzte*, *wuchtige*, *markante*, *schlagende*, *präzise*, *eingängige*, *verständliche Darstellung*", durch die auf Kürze sprachlich Bezug genommen wird: Eine *bündige*, *markante*, *prägnante Darstellung* zeichnet sich beispielsweise dadurch aus, „dass es ihrem Verfasser gelungen ist, aus einer Vielzahl möglicher Einzelaspekte der Wirklichkeit nur die tatsächlich wichtigen auszuwählen – ‚tatsächlich wichtig' im Rahmen eines von Verfasser und Leser geteilten Bewertungssystems – und sie in sachlich angemessener Weise sprachlich zu präsentieren" (GARDT 2007, 71; Hervorhebungen i. O.).

Die Forderung nach sachlicher Angemessenheit bzw. Sachkürze ist bereits in der antiken Rhetorik bekannt: In Aristoteles' Rhetorikverständnis vermag die Kürze „die Affekterregung [zu] begrenzen"; er versteht Kürze als „Impfung gegen die Manipulation" (JÄGER 2014, 27). JÄGER

(2014, 28) schreibt: „Definiert wird Kürze – sei es bei Cicero, in der anonymen *Rhetorica ad Herennium* oder bei Quintilian – zwischen den Polen des ‚so viel wie mindestens nötig' einerseits und ‚nicht mehr als nötig' andererseits". Sie macht auch darauf aufmerksam, dass bereits bei Cicero die Sachkürze aus der Sicht des Produzenten von der Sachkürze aus der Sicht des Rezipienten unterschieden wird, präziser: das „Aussagebedürfnis des Senders" von dem „Rezeptionsbedürfnis des Empfängers" (JÄGER 2014, 25).

Die kognitive Dimension von *Kürze* ist demzufolge der sprachstrukturellen Dimension übergeordnet: „[D]er Wunsch nach Klarheit und Prägnanz im Rahmen eines möglichst geringen Umfangs leitet die Wahl der strukturellen Mittel" (GARDT 2007, 72).

Neben der kognitiven Dimension und ihr untergeordneten sprachstrukturellen Dimension weist Kürze eine pragmatisch-kommunikative Dimension auf (GARDT 2007, 74). In dieser Dimension sind das Interesse des Textrezipienten und der Nutzen für die eigene Position für den Umfang bzw. die Kürze eines Textes ausschlaggebend; sie bedingen ihn mithin.

Was lässt sich nun im Hinblick auf Kurzkommentare daraus ableiten?

Kurzkommentare können sich durch sprachlich-strukturelle Kürze auszeichnen, müssen es aber nicht. Kurzkommentare erfassen einen gegebenen Wirklichkeitsausschnitt auf eine spezifische Art und Weise und übermitteln diese ganz spezifisch erfasste Wirklichkeit ihrer Leserschaft. Kurzkommentare könnten – spekulativ gesprochen – ein niedriges bzw. ein niedrigeres (im Vergleich zu umfangreicheren Kommentaren) Persuasionspotenzial aufweisen, z. B. aufgrund fehlender emotionaler Beteiligung des Textproduzenten. Kurzkommentare können einen kommunikativen Erfolg haben und eventuell persuasiv wirken aufgrund ihrer von den Rezipienten unterstellten stilistischen Wirkungen wie z. B. Prägnanz, Fasslichkeit, Klarheit, Deutlichkeit, Glaubwürdigkeit etc. Nicht nur für Kurzkommentare gilt: Voraussetzung für das Eintreten jeglicher Art von Wirkungen – auch im Falle einer „verkürzten" Argumentation – ist eine „konsensuell präsupponierte Wertbasis" (BRINKER 2001, 82),

„die der Emittent mit seinen Lesern zu teilen glaubt bzw. bei seinen Lesern als vorhanden unterstellt“ (BRINKER 2001, 80).

Zu ergänzen sei noch: Kurzkommentare sind nicht unbedingt leichter zu verfassen als Langkommentare. GARDT (2007, 76) weist darauf hin, dass Kürze dem Textproduzenten „neben den kognitiven Anstrengungen (Auswahl der zentralen Gegenstandsmerkmale, Informationsverdichtung) auch sprachliche Anstrengungen“ abverlangt.

3. Kurzkommentare in der griechischen überregionalen Tagespresse

Im *Helsinkier Kommentarkorpus* sind Kommentare aus insgesamt elf überregionalen griechischen Tageszeitungen enthalten. Im Korpus gibt es keine Boulevardzeitung (wie z. B. die Tageszeitung *Espresso*). Die Durchsicht der Korpustexte ergibt, dass in der griechischen überregionalen Tagespresse Kurzkommentare keine Rolle spielen. Sie finden sich lediglich in einer Zeitung: in der überregionalen liberal-konservativen Qualitätszeitung *Kathimerini*. Dies ist zunächst ein Ergebnis, das ein wenig überrascht. Noch überraschender ist aber, dass diese Kurzkommentare in der Rubrik *Κύριο Άρθρο* [‘Leitartikel’] auf der Titelseite der Zeitung erscheinen und wesentlich kürzer als die in der Rubrik *Σχόλιο* [‘Kommentar’] veröffentlichten Meinungsbeiträge sind (vgl. Abbildung 1): Sie weisen einen Durchschnittsumfang von 18–20 Zeilen auf. Dieser Umfang entspricht jedoch nicht der konventionellen Erwartung, vgl. beispielsweise SCHALKOWSKI (2011, 29): „Der Leitartikel […] holt weit aus und entwickelt seine Argumentation in aller Breite und Tiefe. Sein Kennzeichen ist eine gewisse den Zeitgeist ignorierende Länge“.[3] Dabei sind griechische Qualitätszeitungen durchaus mit europäischen (und amerikanischen) vergleichbar: „the ‚quality‘ newspapers emphasize current political events, analyses and opinion and their appearance is similar

3 Vgl. ebenfalls BURKHARDT (2009, 202), der auch die Auffassung vertritt, dass der Leitartikel „deutlich länger als der heutige Kommentar“ ist.



Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ

Ημερήσια Πολιτική και Οικονομική Εφημερίδα

ΣΗΜΕΡΑ

Μεγάλη η υστέρηση εσόδων από έμμεσους φόρους

Ο κ. Στέλιος Σταυρίδης πρόεδρος στο ΤΑΙΠΕΔ

Ποιες δαπάνες εκπίπτουν από το φορολογητέο εισόδημα

Στο Μαξίμου οι εκκρεμότητες

Στη συνάντηση Σαμαρά - τρόικας απολύσεις, φόρος ακινήτων, ρυθμίσεις χρεών

Υπόκλιση στον αυτοκράτορα κατά την επέτειο της Φουκουσίμα

Σαμαράς: 15% ενιαίος φόρος στις επιχειρήσεις

Μήνυμα προς την τρόικα

ΚΥΡΙΟ ΑΡΘΡΟ

Με απόλυτη διαφάνεια

Αντι-ευρώ κόμμα στη Γερμανία

Προς αλλαγές στελεχών στο ΣΔΟΕ

Τέλος εποχής για ένα τρένο

Αντιπαράθεση συντηρητικών και μεταρρυθμιστών στο Βατικανό

ΣΧΟΛΙΟ | Του Παντελή Μπουκάλα

Οι αριθμοί αντί των γραμμάτων

LINKS

www.kathimerini.gr

Abb. 1: *Kathimerini*, 12.03.2013, S. 1.

to that of quality newspapers in Europe and the USA“ (AFENTOULI 2004, 174).[4]

Wir haben es definitiv mit einer Randerscheinung zu tun. Hinzu kommt, dass diese – nicht namentlich gekennzeichneten – Leitartikel – entgegen dem allgemeinen Trend[5] – immer auf der Titelseite der *Kathimerini* positioniert werden.

Im Folgenden analysiere ich drei dieser Texte, um herauszufinden, welche charakteristische Handlungsstruktur diese Leitartikel aufweisen und welche stilistischen Merkmale sie auszeichnen. Dabei ermittle ich die jeweils vollzogene illokutive Handlung und die mit ihrer Hilfe realisierten Handlungsschritte. Bezüglich der letzteren gehe ich – in Anlehnung an LENK (2012, 148–151) – davon aus, dass die Handlungsstruktur von Kommentaren mittels folgender Schritte makrostrukturell beschrieben werden kann: ‚Situationscharakterisierung‘, ‚Situationsinterpretation‘, ‚Berufung auf Grundwerte‘, ‚Problematisierung‘, ‚Lösungsvarianten und ihre Interpretation‘, ‚Situationsbewertung‘.[6]

Textmusterrealisierung 1:

Der Leitartikel ist am 12.03.2013 erschienen (vgl. Abbildung 1) und den Privatisierungen in Griechenland gewidmet.

---

4 AFENTOULI (2004, 174) macht darauf aufmerksam, „that in Greece the tabloids do not have all the characteristics of newspapers of this category that are published in other countries, as for example in Britain or Germany“. Charakteristisch für griechische Boulevardzeitungen ist z. B., dass „they do not contain analyses and editorials and give a great deal of space to social issues“. Und außerdem: „Greek popular newspapers do not have the same content as the British or German tabloids. That is to say, they do not follow the rules of the three S’s (sex, scandals and sports). ‘Voyeurist’ journalism has not flourished in Greece, perhaps because the private life of public figures is not of interest to most people“.

5 Vgl. z. B. BURKHARDT (2009, 202): „Früher stand der Leitartikel auf der ersten Seite der Zeitungen, mittlerweile ist er in fast allen Publikationen nach hinten abgewandert“.

6 Diese Liste ist als nicht abgeschlossen anzusehen (vgl. LENK 2012, 150).

> Überschrift: *Με απόλυτη διαφάνεια* ['Mit absoluter Transparenz'][7]
>
> [1] Die Schlüsselprivatisierungen, zu denen sich der griechische Staat verpflichtet hat, müssen weitergehen. [2] Die Regierung weiß außerdem sehr gut, dass das Land mit einer großen Glaubwürdigkeitskrise konfrontiert werden wird, wenn die Privatisierungen nicht im Frühling zum Abschluss gebracht werden. [3] Es ist mittlerweile offensichtlich, dass im Hintergrund eine Schlacht stattfindet, ein wahrer Krieg, mit denjenigen als Protagonisten, die entweder aus eigennützlichen Gründen die Privatisierungen nicht haben wollen, oder denjenigen, die sie haben wollen, aber nach ihren eigenen Regeln und unter ihrer Kontrolle. [4] Zwei grundlegende Regeln können die Regierung und das ganze Verfahren gegen diesen unerbittlichen Interessenkampf abschirmen: die absolute Transparenz bezüglich dessen, was und mit welchen Verpflichtungen es verkauft wird, sowie das Prinzip, dass der Meistbietende als Gewinner den Zuschlag der öffentlichen Ausschreibung erhält.

Der Überschrift des Leitartikels lässt sich weder der Kommentargegenstand noch die Botschaft des Kommentators entnehmen. Der Anlass des Kommentars wird allerdings bereits am Textanfang deutlich. Der Text beginnt mit einer Forderung (vgl. [1]), die sich an die griechische Regierung richtet, die sich – als Gegenleistung für empfangene Kredite während der Wirtschaftskrise – u. a. zu Privatisierungen von Staatsbesitz verpflichtet hat. Mit dieser Forderungshandlung wird auch die Botschaft des Kommentars vermittelt. In der zweiten Äußerung des Textes wird dieses FORDERN BEGRÜNDET, indem bedingt PROGNOSTIZIERT wird, dass Griechenland in eine Glaubwürdigkeitskrise geraten könnte. Um seine Begründung möglichst glaubwürdig erscheinen zu lassen, beruft sich der Kommentator nicht einfach auf eine Autorität (vgl. *Η κυβέρνηση γνωρίζει, άλλωστε, πολύ καλά* ['die Regierung weiß außerdem sehr gut'], er schreibt ihr – durch die Verwendung des epistemischen Verbs *γνωρίζω* ['wissen'] – zusätzlich ein hohes Maß an Wissen zu; auf diese Art und Weise versucht der Verfasser, sich die Akzeptanz der Leserschaft und damit den Geltungsanspruch seiner Begründung zu sichern. In [3] wird den Lesern MITGETEILT, dass der Privatisierungsprozess eigentlich im Hintergrund (unsichtbar für die Öffentlichkeit) stattfindet,

7 Die Übersetzungen der Texte stammen von mir – M. P.-K.

und dass er eine konfliktgeladene Auseinandersetzung darstellt. Letztere bezeichnet der Verfasser zunächst als *μάχη* ['Schlacht'], direkt danach paraphrasierend und intensivierend als *ένας πραγματικός πόλεμος* ['ein wahrer Krieg'] (vgl. [3]), auch als einen *αμείλικτο πόλεμο συμφερόντων* ['unerbittlichen Interessenkampf'] (vgl. [4]). Dabei betont er die Evidenz seiner Aussage und lässt seine Mitteilung als eine Feststellung erscheinen: Denn durch die Verwendung des betonend-assertiven Satzadverbials[8] *προφανής* ['offensichtlich'] wird der Leserschaft NAHEGELEGT, dass man hier an ein gemeinsames Wissen anknüpft[9]; auf diese Art und Weise wirkt die Aussage als unbezweifelbar zutreffend, als eine Aussage also, deren Wahrheitsanspruch außer Frage steht. Auf die an der Auseinandersetzung im Zusammenhang mit der Privatisierung Beteiligten referiert der Kommentator zwar unspezifisch (er teilt ja den Textrezipienten nicht mit, um wen es sich handelt), kennzeichnet sie aber dennoch als definit, d. h. als identifizierbar. Stilistisch bedeutsam ist hier die Verwendung des kataphorischen Pronomens *εκείνος*, *εκείνοι* ['derjenige', Pl.: 'diejenige']: Dadurch werden die gemeinten Urheber der Handlung nicht benannt, sie sind aber für die Rezipienten identifizierbar, und zwar durch ihr Handeln, durch ihr Involviertsein in das vom Kommentator negativ bewertete Handeln.[10] Dies hat zur Folge, dass die Aufmerksamkeit der Rezipienten auf das thematisierte Handeln fokussiert wird (einige wollen den Privatisierungsprozess verhindern, andere ihn kontrollieren); gleichzeitig wird Distanz zu den Urhebern dieses Handelns aufgebaut. Auf diese Art und Weise werden die vom Kommentar Betroffenen implizit

---

8 Zu der Gruppe der evidenzbetonend-assertiven Satzadverbialia vgl. ZIFONUN u. a. (1997, 1129).

9 „Evidenzbetonung kann erreicht werden durch Anknüpfung an gemeinsames – oder als gemeinsam unterstelltes – Wissen bzw. durch gemeinsam zugängliches Wissen, mit anderen Worten durch Berufung auf einen intersubjektiv geteilten epistemischen Redehintergrund" (ZIFONUN u. a.1997, 1129).

10 EISENBERG (1994, 231) schreibt zu Formulierungen mit dem kataphorischen Demonstrativum *derjenige* (und alternativen Formulierungen) Folgendes: „Sätze dieser Art werden verwendet, wenn das gemeinte Individuum nicht ohne weiteres nominal benennbar ist, sondern nur durch sein Involviertsein in einen Sachverhalt identifiziert ist."

als Kontrahenten der Regierung dargestellt und ebenfalls implizit für die Verlangsamung des Privatisierungsprozesses VERANTWORTLICH GEMACHT. Gegen eben diese Kontrahenten soll sich die Regierung abschirmen, so der – der Regierung erteilte – RATSCHLAG in der letzten Äußerung des Textes (vgl. [4]). Dieser Ratschlag beinhaltet zweierlei: *η απόλυτη διαφάνεια* [‘die absolute Transparenz’] der Durchführung des Verfahrens sowie das Einhalten des Prinzips des Meistbietenden. Ersterem verleiht der Verfasser größeres Gewicht – dies ist auch die wichtigste Botschaft des Kommentars. Stilistisch bedeutsam ist, dass der Rezipient erst hier den Bezug der Präpositionalphrase *με απόλυτη διαφάνεια* [‘mit absoluter Transparenz’] in der Überschrift herstellen kann. Mit dem ERTEILEN dieses RATSCHLAGs wird also der Weg aufgezeigt, wie der Forderung in [1] nachgekommen werden kann.

Auf der makrostrukturellen Ebene wäre die Handlungsstruktur dieses Textes folgendermaßen zu beschreiben: Mit dem FORDERN in [1] erfolgt als erster Handlungsschritt die ‚Situationsbewertung‘. Dem folgt mit dem BEGRÜNDEN von [1] die ‚Situationsinterpretation‘ (vgl. [2]). Das MITTEILEN in [3] dient der ‚Problematisierung‘. Mit dem RATSCHLAG ERTEILEN in [4] wird die Problemlösung angeboten, sie wird jedoch nicht interpretiert. Es fällt also auf, dass a) die vollzogenen Handlungsschritte minimal realisiert werden, d. h. mit einer minimalen Anzahl an sprachlichen Handlungen, und dass b) die Handlungsschritte ‚Situationscharakterisierung‘ und ‚Berufung auf Grundwerte‘ fehlen.

Textmusterrealisierung 2:

Der Leitartikel ist am 23.03.2013 veröffentlicht worden und beschäftigt sich mit einem aktuellen Geschehen im Rahmen der Zypernkrise.

ΚΥΡΙΟ ΑΡΘΡΟ

Οι σωστοί χειρισμοί

Οι χειρισμοί της ελληνικής κυβέρνησης σε ό,τι αφορά την κυπριακή κρίση ήταν σωστοί. Η Αθήνα έπρεπε ταυτόχρονα να συμπαρασταθεί στη Λευκωσία, αλλά και να διασφαλίσει την οικονομική και τραπεζική σταθερότητα στη χώρα. Αυτό επετεύχθη με την αποκοπή των κυπριακών τραπεζών που λειτουργούν στην Ελλάδα. Η κριτική στην κυβέρνηση αγνοεί τους κινδύνους που θα αντιμετώπιζε η Ελλάδα σε περίπτωση ανεξέλεγκτης κατάρρευσης των κυπριακών τραπεζών, αλλά και τον βασικό στόχο που είναι να μην αυξηθεί το ελληνικό χρέος ούτε κατά ένα ευρώ.

Abb. 2: *Kathimerini*, Leitartikel, 23.03.2013, S. 1.

Überschrift: *Οι σωστοί χειρισμοί* [‘Der richtige Umgang’]

[1] Der Umgang der griechischen Regierung mit der Zypernkrise war richtig. [2] Athen musste gleichzeitig Nikosia beistehen, aber auch die Wirtschafts- und Bankenstabilität des Landes sichern. [3] Das wurde durch die Abkoppelung der zyprischen Banken, die in Griechenland operieren, erreicht. [4] Die Kritik an der Regierung übersieht die Gefahren, mit denen Griechenland konfrontiert werden würde im Falle eines unkontrollierten Zusammenbruchs der zyprischen Banken, aber auch das grundlegende Ziel, die griechischen Schulden nicht einmal um einen Euro anwachsen zu lassen.

In der Überschrift findet sich – nominal formuliert – eine positive Bewertung, die sich zunächst nicht einordnen lässt. Bereits mit der ersten Äußerung des Textes werden jedoch das Bewertungssubjekt (die griechische Regierung) und der Bewertungsgegenstand (das Handeln in der Zypernkrise) thematisiert. In [1] BEWERTET der Verfasser des Leitartikels das Handeln der Regierung in der Zypernkrise positiv. Dies ist auch die wichtigste Botschaft, die durch den Kommentar vermittelt werden soll. In den nachfolgenden Äußerungen wird die Leserschaft über die problematische Situation, in der sich die Regierung befunden hat (vgl. [2]), sowie über das problemlösende Handeln der Regierung INFORMIERT (vgl. [3]). Erst in [4] wird der Anlass für den Kommentar erkennbar: die Kritik an dem Handeln der Regierung, genauer: an der Abkopplung griechischer von zyprischen Banken (Gemeint ist die am 22.03.2013 erfolgte Übernahme der griechischen Niederlassungen der Bank of Cyprus und der Cyprus Popular Bank durch die griechische Piräus-Bank. Aufgrund der Verflechtungen zwischen der griechischen und der zyprischen Wirtschaft und der zu erwartenden negativen Auswirkungen war dies ein not-

wendiger Schritt.). In [4] wird die Kritik an der Regierung implizit negativ BEWERTET und somit ABGELEHNT, indem den Kritikern VORGEWORFEN wird, dass sie die Konsequenzen, die ein gegenteiliges bzw. ein Nicht-Handeln der Regierung haben würde, nicht berücksichtigen. Gleichzeitig wird hier das POSITIVBEWERTEN in [1] indirekt BEGRÜNDET.

Makrostrukturell gesehen lassen sich diese Handlungen folgenden Handlungsschritten zuordnen: Mit dem POSITIVBEWERTEN in [1] erfolgt die ‚Situationsbewertung'. Ihr folgt die ‚Situationsinterpretation' in [2] und die ‚Situationscharakterisierung' in [3]. In [4] wird die ‚Situationsbewertung' wieder „fortgesetzt", wobei aber durch den Verweis auf die an dem Handeln der Regierung ausgeübte Kritik auch eine weitere ‚Situationscharakterisierung' vorgenommen wird. Es lässt sich wiederum festhalten: Die Handlungsschritte ‚Berufung auf Grundwerte', ‚Problematisierung' sowie ‚Lösungsvarianten und ihre Interpretation' werden nicht ausgeführt.

Textmusterrealisierung 3:

Der Leitartikel ist am 13.03.2013 erschienen und hat das Investitionsklima in Griechenland zum Gegenstand (siehe Abbildung 3 auf der Folgeseite).

Die Proposition der zu vermittelnden Botschaft findet sich partiell bereits in der Überschrift. Die vollständige Proposition wird in dem Kommentartext ausgedrückt (vgl. [5]). Der Kommentar beginnt mit einer Behauptungshandlung, die nicht begründet wird. Der Verzicht des Kommentators auf eine Begründung macht nicht nur deutlich, dass der Verfasser seine Aussage für wahr hält, er hält sie für evident und ist sich offenbar sicher, dass die Rezipienten den Wahrheitsgehalt der Behauptung nicht anzweifeln bzw. anzweifeln werden. Mit dieser Äußerung weist er indirekt auf die Notwendigkeit ausländischer Investitionen in Griechenland hin. Damit wird der Handlungsschritt ‚Situationscharakterisierung' aus-

geführt. In [2] beginnt die ‚Situationsinterpretation', indem die Leserschaft darüber INFORMIERT wird, dass es Personen und Personengruppen gibt, die diese Investitionen zu verhindern versuchen. Dies wird

ΚΥΡΙΟ ΑΡΘΡΟ

Το χειρότερο μήνυμα

Ανάπτυξη χωρίς ξένες επενδύσεις είναι εξαιρετικά δύσκολο, αν όχι απίθανο, να έλθει στην Ελλάδα. Παρ' όλα αυτά, κάποιοι έχουν κηρύξει τον πόλεμο σε μεγάλες ξένες επενδύσεις, όπως αυτή για τον χρυσό στη Βόρεια Ελλάδα. Ενδεχομένως να υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης κάποιων περιβαλλοντικών ή άλλων όρων για τη συγκεκριμένη επένδυση. Ενας έντιμος συμβιβασμός δεν μπορεί, όμως, να βρεθεί όταν επικρατούν ακραίες απόψεις και ιδεολογικές εμμονές. Αν ακυρωθεί αυτή η επένδυση, θα δοθεί το χειρότερο δυνατό μήνυμα σε όποιον άλλον σκέπτεται να επενδύσει στη χώρα μας. Θα είναι πια σαφές πως οι αποφάσεις του κράτους ή της Δικαιοσύνης δεν έχουν καμία απολύτως ισχύ στην Ελλάδα και πως ο κάθε επενδυτής βρίσκεται κυριολεκτικά στον αέρα.

Abb. 3: *Kathimerini*, Leitartikel, 13.03.2013, S. 1.

Überschrift: *Το χειρότερο μήνυμα* [‘Das schlechteste Signal’]

[1] Wachstum ohne ausländische Investitionen zu erzielen, ist für Griechenland äußerst schwierig, wenn nicht gar unwahrscheinlich. [2] Trotz alledem haben manche großen ausländischen Investitionen den Krieg erklärt, wie der mit dem Gold in Nordgriechenland. [3] Möglicherweise ist für diese konkrete Investition noch Spielraum für die Verbesserung einiger Umweltbedingungen oder anderer Konditionen. [4] Ein ehrbarer Kompromiss kann jedoch nicht gefunden werden, wenn radikale Ansichten und ideologischer Starrsinn vorherrschen. [5] Wenn diese Investition gestrichen wird, wird das schlechtestmögliche Signal an jeden anderen gegeben, der daran denkt, in unser Land zu investieren. [6] Es wird dann endlich deutlich werden, dass die Entscheidungen des Staates oder der Justiz in Griechenland aller und jeder Verbindlichkeit entbehren und dass jeder Investor sich buchstäblich in der Luft befindet.

EXEMPLIFIZIERT an der sog. Goldinvestition in Nordgriechenland. Um zu verstehen, worum es sich dabei handelt, benötigt die Leserschaft Vorwissen: Der Verfasser spricht lediglich von dem *χρυσό στη Βόρεια Ελλάδα* [‘Gold in Nordgriechenland’]. Griechische Massenmediennutzer verfügen allerdings über ein ausreichendes Vorwissen, da es sich hierbei um ein in allen Medien viel diskutiertes und immer wieder kommentiertes Thema handelt. Der Kommentator referiert hier auf die damals von dem kanadischen Rohstoffkonzern Eldorado Gold geplante Goldförderung auf der Halbinsel Chalkidiki, die in Griechenland (heute noch) sehr

umstritten ist und damals wie heute sowohl die Bevölkerung als auch die Politik spaltet. Kritiker befürchten irreparable Schäden für die Umwelt und sehen die Grabungs- und Ausbauarbeiten als Gefahr für den Tourismussektor. Auf sie referiert der Kommentator in seinem Text unspezifisch mithilfe des Indefinitpronomens *κάποιοι* [‘manche’]. Befürworter dagegen sehen die Chancen für den schwachen nordgriechischen Arbeitsmarkt und weisen auf die zu erwartenden Steuereinnahmen hin. Zu diesen Befürwortern zählt offensichtlich auch die Redaktion der Zeitung *Kathimerini*. Dafür spricht der Vollzug der Handlung VERMUTUNG ÄUSSERN in [3] sowie das PROGNOSTIZIEREN in [5]; damit schließt die ‚Situationsinterpretation‘. Am Anfang der nachfolgenden Äußerung [5] erfolgt die ‚Problematisierung‘ mittels der Handlung HYPOTHETISCHES ANNEHMEN, ihr schließt sich die ‚Situationsbewertung‘ mithilfe der Handlung PROGNOSTIZIEREN an: Die Formulierung *το χειρότερο δυνατό μήνυμα* [‘das schlechtestmögliche Signal’], die bereits in der Überschrift enthalten ist, hier jedoch intensiviert wird, indiziert den prognostizierten Zustand als einen unerwünschten, vom Kommentator negativ bewerteten Zustand. HYPOTHETISCHES ANNEHMEN wird auch in [6] vollzogen. Hier wird allerdings auch eine SCHLUSSFOLGERUNG GEZOGEN, die als Bestandteil der ‚Situationsbewertung‘ einzustufen ist. Der Autor ist offensichtlich der Meinung, dass das Investitionsklima in Griechenland sehr unsicher ist. Dies macht er deutlich, indem er generalisierend auf die Betroffenen referiert und ihre unsichere Situation mittels eines im übertragenen Sinne verwendeten Ausdrucks (*βρίσκομαι στον αέρα* [‘sich in der Luft befinden’]) veranschaulicht.

Wie der Analyse zu entnehmen ist, fehlen auch in diesem Artikel die Handlungsschritte ‚Berufung auf Grundwerte‘ sowie ‚Lösungsvarianten und ihre Interpretation‘.

Was haben nun diese – hier exemplarisch aufgeführten – Texte gemeinsam? Sie fallen zunächst durch ihre Kürze auf. Der quantitative Umfang ist das Ergebnis einer ganz spezifischen Erfassung eines Wirklichkeitsausschnitts im Sinne von GARDT (2007, 71) (vgl. Abschnitt 2). Der

Leserschaft werden nur die – aus der Sicht des Kommentators – wesentlichen Aspekte eines Ereignisses vermittelt. Als intendiert lässt sich das Ziel unterstellen, das Wichtigste auf den Punkt zu bringen. Sprachstrukturell äußert sich dies darin, dass das Handlungsmuster KOMMENTIEREN in drei bis vier Handlungsschritten realisiert wird. Am häufigsten verzichtet wird auf die Handlungsschritte ‚Lösungsvarianten und ihre Interpretation' und ‚Berufung auf Grundwerte'. Zudem werden die vollzogenen Handlungsschritte mittels eines minimalen Sprachaufwands realisiert. So wird in der Regel ein Handlungsschritt mit ein bis drei illokutiven Handlungen vollzogen. Hinzu kommt, dass etliche Handlungen implizit vollzogen werden. Dies gilt allerdings nie für die zu vermittelnde Botschaft, die in den meisten Fällen mittels BEWERTEN oder mittels einer Bewertungen im Vorfeld voraussetzenden Handlung, wie beispielsweise FORDERN, übermittelt wird. Bei der Formulierung der Botschaft wird also immer explizit BEWERTET. Ein Sowohl-als-auch-Bewerten bzw. ein ambivalentes Bewerten (vgl. LENK 1999, 88) wird nicht realisiert. Die oben beschriebene sprachstrukturelle Kürze schlägt sich jedoch nicht in dem Umfang der Sätze nieder. Reduktionsformen wie Ellipsen, asyndetische Reihungen etc. (vgl. GARDT 2007) werden nicht verwendet. Das KOMMENTIEREN erfolgt mittels syntaktisch vollständiger Sätze, die einen mittleren Umfang aufweisen.

Im Vordergrund scheint für die Zeitungsredaktion die Intention zu stehen, eine Position zu einem bestimmten Ereignis zu beziehen. Der Leser soll dann diese Position zur Kenntnis nehmen. Man kann mit WOLF (2017, 122) die Funktion dieser Leitartikel folgendermaßen bestimmen: „Der Leitartikel dient der streitbaren Deutung aktueller Ereignisse und der Positionsmarkierung eines Mediums". Gleichzeitig lässt sich aber konstatieren, dass diesen Leitartikeln auch eine persuasive Funktion zuzuschreiben ist. Dies ist an ihrer stilistischen Gestaltung zu erkennen.

In stilistischer Hinsicht lassen sich folgende gemeinsame Merkmale feststellen: Die Interaktionsmodalität ist immer ernsthaft. Stilistische Handlungsmuster wie ATTRAKTIV MACHEN, LEBENDIG MACHEN, KONTRASTIEREN etc. (vgl. PETKOVA-KESSANLIS 2017) wer-

den nicht genutzt. Als Realisierung von ATTRAKTIV MACHEN können lediglich die Überschriften angesehen werden. Sie sind immer nominal formuliert und zeichnen sich durch „Kontextbedürftigkeit“ (LÜGER 1995, 135) aus. Diese Kontextbedürftigkeit soll NEUGIER WECKEN und sich rezeptionsfördernd auf die potenziellen Leser auswirken.

Die Frage, die sich stellt, ist: Wie sichert man sich also die Akzeptanz der Leserschaft mit und in diesen Texten? Wie bereits deutlich geworden ist, handelt es sich hier um Texte mit einer „einfachen“ Argumentation: In der Regel wird eine These aufgestellt (mittels Handlungen vom Typ FORDERN, BEWERTEN, BEHAUPTEN), die im Textverlauf BEGRÜNDET wird. Gegenargumente bzw. Gegenpositionen werden nicht zur Sprache gebracht, und wenn, dann in äußerst knapper Form. Die „einfache“ Argumentation ist das einzige Mittel der Akzeptanzstützung. Auffällig ist der Verzicht sowohl auf „argumentations-ergänzende“ als auch auf „rhetorisch-stilistische Maßnahmen“ (vgl. LÜGER 2001). Das Fehlen argumentations-ergänzender Maßnahmen, die u. a. „der Präzisierung und der Absicherung von Argumenten“ (LÜGER 2001, 223) dienen, ist m. E. der Hauptgrund für die Kürze der Texte. Argumentations-ergänzende Erklärungen charakterisiert LÜGER (2001, 215) wie folgt: „Oft umfassen sie einen oder mehrere Abschnitte oder machen sogar den Hauptteil von Kommentaren aus“.

Der Einsatz rhetorisch-stilistischer Maßnahmen ist auf ein absolutes Minimum begrenzt. So finden sich in den untersuchten Texten Metaphern und Phraseologismen, die gerade in politischen Kommentaren nicht nur typischerweise vorkommen, sondern dort auch funktional sind (vgl. GEHR 2014), kaum oder nur sporadisch. Auffällig ist zudem, dass fast immer Ausdrücke und Ausdruckskombinationen gewählt werden, die der neutralen Stilebene angehören, während solche, die der überneutralen und unterneutralen Stilebene[11] zuzurechnen sind, äußerst selten gebraucht werden. Dieser Verzicht auf rhetorisch-stilistische Maßnahmen ist nicht nur stilistisch bedeutsam, er ist auch ein Mittel zur Herstellung

11 Zu den drei Stilebenen und der Verwendung von Elementen der jeweiligen Stilebene und ihrer Multifunktionalität, illustriert an journalistischen Texten, z. B. an Kommentaren und Glossen, vgl. SANDIG (2006, 290–306).

angemessener sprachlicher Kürze und ist mit sprachlichen Anstrengungen verbunden, die der Verfasser aufbringen muss. Diese Art der Handlungsdurchführung, die der Herstellung von Kürze dient und eine strikte Sachorientiertheit suggeriert, ist bereits seit der Antike bekannt: So verweist GARDT (2007, 76) in Anlehnung an Quintilian auf die Notwendigkeit, „sich in seiner Wortwahl auf Elemente [zu] beschränken, die eigentlich (*proprius*), d. h. nicht figürlich sind, semantisch treffend (*significans*), nicht zu niedrigen Stilschichten angehören (*sordidus*), aber auch nicht zu erlesenen (*exquisitus*), und nicht außer Gebrauch gekommen sind (*ab usu remotus*)“ (Hervorhebungen i. O.).

Es lässt sich festhalten: Rhetorisch-stilistische Maßnahmen werden sehr „sparsam“ eingesetzt, fehlen jedoch nie ganz. Wie die analysierten Texte zeigen, lassen sich einige wenige feststellen. Zu denen gehören u. a.

1) sprachliche Mittel, die der Bekräftigung des Wahrheitsanspruchs dienen,
2) sprachliche Mittel, die referentielle Vagheit hervorrufen und die der Verfasser nutzt, um sich von bestimmten Handlungsbeteiligten und ihren Ansichten zu distanzieren, und
3) explizites Formulieren der zu vermittelnden Botschaft.

Zu 1): Um den Rezipienten NAHEZULEGEN, die vermittelte Botschaft für wahr zu halten, werden verschiedene sprachliche Mittel eingesetzt. So sind alle Äußerungen im Indikativ formuliert. Der Deklarativsatz ist der einzige eingesetzte Satztyp. Interrogativ-, Imperativ- oder Optativsätze kommen in diesen Texten überhaupt nicht vor. Zum BEKRÄFTIGEN des Wahrheitsanspruchs werden – bei Bedarf – evidenzbetonend-assertive Satzadverbialia bzw. evidenzbetonende Adjektive in prädikativer Funktion und/oder epistemische Verben verwendet.

Zu 2): Wie gezeigt werden konnte, werden in den untersuchten Texten Demonstrativpronomina in Kombination mit Relativpronomina sowie Indefinitpronomina gebraucht, um unspezifisch auf Personengruppen zu referieren, deren Handeln vom Verfasser des Kommentars negativ BEWERTET bzw. ABGELEHNT wird.

Zu 3): Oben wurde darauf hingewiesen, dass zwecks Vermittlung der wesentlichen Botschaft des Leitartikels immer explizit formuliert wird. Dies hat den Zweck, die Botschaft der Leserschaft möglichst unmissverständlich zu übermitteln. Von Bedeutung in diesem Zusammenhang ist auch, dass das explizite Bewerten entweder auf einer normativen Ebene (angemessen versus unangemessen, richtig versus falsch) oder auf einer pragmatischen (nützlich versus schädlich) oder aber auf der Relevanzebene (wichtig versus unwichtig) erfolgt.[12] Hierher gehört auch die Nicht-Realisierung von gesteigertem, emotionalem BEWERTEN.[13]

Die sparsame Verwendung rhetorisch-stilistischer Maßnahmen, die sich als typisch für die Leitartikel in der *Kathimerini* herausstellt, lässt sich besonders gut anhand eines Vergleichs mit einem umfangreicheren Text, der in derselben Rubrik erschienen ist, aufzeigen. Es handelt sich um einen Leitartikel vom 21.03.2013, der sich mit den Reaktionen auf die Zypernkrise in Griechenland beschäftigt. Der Grund für die Erhöhung des üblichen Textumfangs ist vermutlich die Außergewöhnlichkeit der Ereignisse sowie die tiefe Verbundenheit der Griechen mit den Zyprern (vgl. PETKOVA-KESSANLIS 2017, 48).

Der Text beginnt mit einer knappen ‚Situationscharakterisierung': Der Verfasser STELLT FEST, dass es Stimmen gibt, die die Entscheidung des zyprischen Parlaments vom 19.03.2013, die von der Europäischen Union und dem Internationalen Währungsfonds geforderte Teilenteignung der zyprischen Sparguthaben abzulehnen, begrüßen und von der griechischen Regierung das gleiche Handeln fordern (vgl. [1]). Auf die Urheber dieser Forderung wird mittels des Indefinitpronomens *πολλοί* [‘viele’] unspezifisch referiert. Durch die nachfolgende Verwendung eines Demonstrativ- und eines Relativpronomens *πολλοί είναι εκείνοι που* [wörtlich: ‘viele sind diejenigen, die’] wird diese Personengruppe individuiert; diese Individuierung dient allerdings der Hervorhebung ihres Handelns und „leistet" keine Spezifizierung. Die

12 Zu den einzelnen (möglichen) Bewertungsebenen vgl. LENK (1999, 90).

13 Zum gesteigerten BEWERTEN bzw. EMOTIONALISIEREN vgl. SANDIG (2006, 249–259).

Vagheit bleibt also erhalten: Weder wird deutlich, ob es sich um Politiker, Journalisten, Bürger oder um andere Gruppen handelt, noch ob damit nur Griechen gemeint sind.

ΚΥΡΙΟ ΑΡΘΡΟ

Ρεαλισμός

Πολλοί είναι εκείνοι που έχουν ξεσπαθώσει εναντίον της ελληνικής κυβέρνησης και ζητούν να ακολουθήσει το παράδειγμα του κυπριακού Κοινοβουλίου, το οποίο απέρριψε την πρόταση για το «κούρεμα» των καταθέσεων. Είναι λογικό να εντείνεται ο άκριτος λαϊκισμός τη στιγμή που η κοινωνία δοκιμάζεται και οι δανειστές πιέζουν την Ελλάδα με σκληρό τρόπο εδώ και καιρό. Χρειάζεται όμως ψυχραιμία, ρεαλισμός και υπευθυνότητα. Άλλωστε, δεν είναι ίδια ούτε τα μεγέθη ούτε τα προβλήματα Ελλάδας και Κύπρου. Κανείς δεν γνωρίζει σήμερα την τελική έκβαση της κυπριακής υπόθεσης, για να μπορεί να βγάλει ασφαλή συμπεράσματα. Ενδεχομένως κάποιοι να θέλουν να δοκιμάσουν και στην Ελλάδα μια κρίση που θα κρατήσει κλειστές τις τράπεζες για πολλές ημέρες και θα φέρει τη χώρα στο χείλος της καταστροφής. Η ελληνική κυβέρνηση έχει δώσει τη μάχη της σταθεροποίησης και έχει αποφύγει καταστροφικά σενάρια. Το έχει, μάλιστα, κάνει εκτιμώντας πραγματικά δεδομένα και όχι φανταστικά σενάρια που θα μας έθεταν εκτός ευρωπαϊκού πλαισίου. Ζούμε ιστορικές στιγμές, που επιβάλλουν ψυχρή και σταθερή αντιμετώπιση. Οι υπερβολές και οι συναισθηματικές εξάρσεις δεν εξυπηρετούν πάντοτε το εθνικό συμφέρον, όσο και αν τις έχει «ανάγκη» ένας σκληρά δοκιμαζόμενος λαός.

Abb. 4: *Kathimerini*, Leitartikel, 21.03.2013, S. 1.

Überschrift: *Ρεαλισμός* [‘Realismus’]

[1] Viele sind bereit, sich denjenigen anzuschließen, die gegen die griechische Regierung aufbrechen und die Forderung stellen, dem Beispiel des zyprischen Parlaments, das den Vorschlag für den Schnitt der Bankeinlagen ablehnte, zu folgen. [2] Es ist logisch, dass in einem Moment, in dem die Gesellschaft auf die Probe gestellt wird und die Kreditgeber Griechenland seit Langem unter Druck setzen, der unüberlegte Populismus wächst. [3] Vonnöten sind aber Gelassenheit, Realismus und Verantwortungsbewusstsein. [4] Außerdem sind weder die Größenordnung noch die Probleme Griechenlands und Zyperns gleich. [5] Niemand kennt heute das Endergebnis des Zypern-Falls, damit er gesicherte Schlussfolgerungen ziehen kann. [6] Manche würden vielleicht auch eine Krise in Griechenland erproben, die die Banken tagelang geschlossen hält und das Land an den Rand der Katastrophe bringt. [7] Die griechische Regierung hat für die Stabilisierung gekämpft und ist katastrophalen Szenarien entgangen. [8] Sie hat dies also erreicht, indem sie reale Gegebenheiten und nicht fiktive Szenarien, die uns ins europäische Abseits bringen würden, beachtet hat. [9] Wir leben in einem historischen Moment, der uns eine ruhige und standhafte Auseinandersetzung abverlangt. [10] Übertreibungen und emotionale Aufregungen dienen nicht immer dem nationalen Interesse, so sehr auch ein schwer angeschlagenes Volk sie „braucht“.

Mittels dieser referentiellen Vagheit distanziert sich der Kommentator und somit die Zeitungsredaktion bereits in der ersten Äußerung des Textes von diesen Ansichten und deutet ein ABLEHNEN an, das in [2] durch die Verwendung des negativ konnotierten Lexems *λαϊκισμός* [‘Populismus’] dann deutlicher wird. Damit ist das eigentliche Problem benannt. Trotz Ablehnung der angesprochenen Ansichten mildert jedoch der Verfasser sein negatives Urteil ab: Das als Populismus eingestufte Handeln wird als unüberlegt bezeichnet (vgl. *άκριτος λαϊκισμός* [‘unüberlegter, unvernünftiger Populismus’]), das Handeln selbst wird als eine evidente und damit erwartbare Entwicklung (vgl. *Είναι λογικό να* [‘es ist logisch, dass’]) qualifiziert. Somit erfolgt in [2] die ‚Situationsinterpretation‘: Viele Menschen haben eine populistische Denkweise, aber sie ist lediglich das Ergebnis unzureichender Reflexion. In [3] wird die Botschaft des Kommentars übermittelt: Der Verfasser FORDERT indirekt (mittels des Ausdrucks der propositionalen Einstellung FÜR NOTWENDIG HALTEN) Gelassenheit, Realismus und Verantwortungsbewusstsein; damit gibt der Verfasser seine ‚Situationsbewertung‘ ab. In den nachfolgenden Äußerungen [4] und [5] wird dieses FORDERN BEGRÜNDET. Danach wird in [6] eine VERMUTUNG GEÄUSSERT, die wiederum unspezifisch adressiert ist. Hier wird aber hypothetisch PROGNOSTIZIERT, welche Konsequenzen das in [1] thematisierte Handeln zur Folge hätte. Mit [7] kehrt der Kommentator wieder zum Handlungsschritt ‚Situationsinterpretation‘ zurück: Das Handeln der Regierung wird THEMATISIERT und implizit betont POSITIV BEWERTET: Sie hat gekämpft und ist katastrophalen Szenarien entgangen. In der darauffolgenden Äußerung wird das Handeln der Regierung mit dem von der Zeitungsredaktion abgelehnten Handeln, das als realitätsfern eingestuft wird (vgl. *φανταστικά σενάρια* [‘fiktive Szenarien’]), verglichen und damit noch einmal implizit negativ BEWERTET (vgl. [8]). Mit [9] kehrt der Textproduzent wieder zur ‚Situationsbewertung‘ zurück: Indirekt FORDERT er hier eine ruhige und standhafte Auseinandersetzung und BEGRÜNDET dies mit der Annahme einer historisch relevanten Situation. In [10] wird von Übertreibungen und emotionalen Aufregungen

ABGERATEN und zusätzlich ZUGESTANDEN, dass das griechische Volk Reaktionen dieser Art braucht.

Es ist unschwer zu erkennen, dass der Umfang dieses Leitartikels aus dem Einsatz von mehr – als für den Leitartikel der Tageszeitung *Kathimerini* typischen – argumentations-ergänzenden und rhetorisch-stilistischen Maßnahmen resultiert. Die stilistische Gestaltung dieses Textes unterscheidet sich von der Gestaltung der anderen Leitartikel in erster Linie durch die Nutzung des stilistischen Handlungsmusters KONTRASTIEREN (vgl. z. B. *ρεαλισμός* [‘Realismus’] versus *λαϊκισμός* [‘Populismus’] mit dem ihn auszeichnenden Merkmal der Dramatisierung der politischen Situation, *πραγματικά δεδομένα* [‘reale Gegebenheiten’] versus *φανταστικά σενάρια* [‘fiktive Szenarien’], *καταστροφικά σενάρια* [‘katastrophale Szenarien’], *ρεαλισμός* [‘Realismus’] versus *υπερβολές* [‘Übertreibungen’], *ψυχραιμία* [‘Gelassenheit’] versus *συναισθηματικές εξάρσεις* [‘emotionale Aufregungen’] usw.) sowie durch das WIEDERHOLEN der zu vermittelnden Botschaft: So wird in [3], [9] und [10] die Forderung nach einer realistischen Sichtweise der Ereignisse während der Zypernkrise jeweils auf eine andere Art und Weise (teils paraphrasierend) erhoben; der Verfasser INSISTIERT auf seiner Forderung und verleiht ihr auf diese Art und Weise Nachdruck.

Aus den bisherigen Ausführungen dürfte deutlich geworden sein, dass sich der Leitartikel in der *Kathimerini* immer einem gesellschaftspolitisch brisanten Ereignis widmet. Es ist in der Regel ein kontroverses Ereignis mit großer Reichweite. Dieses Ereignis kann in anderen meinungsbetonten Beiträgen (Kommentaren und Kolumnen) bearbeitet werden oder nicht.

In der Ausgabe vom 12.03.2013 beispielsweise erscheinen auf den Meinungsseiten insgesamt sechs meinungsbetonte Texte. Wie bereits oben aufgeführt, hat der Leitartikel die Privatisierungen in Griechenland zum Gegenstand. Der Kommentar auf der Titelseite trägt die Überschrift *Οι αριθμοί αντί των γραμμάτων* [‘Zahlen anstatt Bildung’] und beschäftigt sich mit der Umstrukturierung der Fakultäten an griechischen Universitäten. Ein zweiter Kommentar auf Seite 10 mit dem Titel *Ανεργία*

και ΕΛΣΤΑΤ [‘Arbeitslosigkeit und ELSTAT’][14] ist der statistischen Erfassung der Arbeitslosigkeit im Lande gewidmet. Auf Seite 10 gibt es zwei Kolumnenbeiträge: Der erste mit dem Titel *Η σιωπηρή πλειοψηφία* [‘Die schweigende Mehrheit’] setzt sich mit der politischen Passivität in der griechischen Gesellschaft auseinander, der zweite mit dem Titel *Στη θέση του παλιού* [‘Anstelle des früheren [Buchzentrums]’] diskutiert die Frage, wodurch das wegen Sparmaßnahmen geschlossene Nationale Buchzentrum ersetzt werden soll. Ein dritter Kolumnentext findet sich auf Seite 16: *Στα πρόθυρα ανατροπών* [‘An der Schwelle des Wandels’]; hier wird der Bevölkerung nahegelegt, ihre Denkweise zu ändern, damit sie einen politischen Wandel herbeiführen kann. Diese Aufstellung lässt erkennen, dass das im Leitartikel behandelte Ereignis jenes mit der größten Reichweite ist.

In der Zeitungsausgabe vom 23.03.2013 ist eine ganze Reihe von informationsbetonten Texten der Zypernkrise gewidmet. Die Brisanz des Themas reflektiert also auf die meinungsbetonten Beiträge. So setzen sich sowohl der Leitartikel als auch die Kommentare und Kolumnen mit der Zypernkrise auseinander. Während der Leitartikel die Kritik an der griechischen Regierung fokussiert, beschäftigt sich der Kommentar auf der Titelseite mit dem Titel *Πύρρειος νίκη της Γερμανίας* [‘Pyrrhussieg für Deutschland’] mit der entscheidenden Rolle Deutschlands bei der Lösung der Zypernkrise und konzentriert sich auf die Image-Verluste Deutschlands. Der Kommentar auf Seite 10 mit dem Titel *Δια χειρός Χριστόφια* [‘Durch Christofias Hand’] stellt das sozialpolitische Handeln des früheren zyprischen Präsidenten Dimitris Christofias (Februar 2008 – Februar 2013) in den Vordergrund. Ein Kolumnentext trägt die Überschrift *Κατά μάρκον Ευαγγέλιο* [‘Nach dem Mark-Evangelium’[15]] und ist wiederum der Bankenkrise in Zypern gewidmet. Lediglich ein Kolumnentext widmet sich einem anderen Thema.

14 ELSTAT ist die griechische Statistikbehörde (ΕΛΣΤΑΤ = Η Ελληνική Στατιστική Αρχή).

15 Es handelt sich hier um ein Wortspiel: Modifiziert ist das Lexem Markusevangelium.

Diese intertextuelle Gebundenheit der Leitartikel ist im Hinblick auf ihre Kürze nicht irrelevant. Einerseits kann es sich der Leitartikel „leisten“, kurz zu sein, da die Zeitung täglich mehrere Meinungsbeiträge anbietet. Andererseits hebt sich der Leitartikel durch die Kürze – als ihn kennzeichnendes Merkmal – von den anderen Meinungsbeiträgen (Kommentaren und Kolumnen) ab. Diese Kürze ist es, die dem Leitartikel Unverwechselbarkeit verleiht und damit seine Wiedererkennbarkeit als Textsorte gewährleistet. Im Zusammenhang damit steht auch die aufmerksamkeitssteuernde Funktion von Kurztexten generell, auf die z. B. LEYHAUSEN (2007, 361) aufmerksam macht:

> Zum kommunikativen Erfolg kann Kürze […] beitragen, indem man sie manipulativ zur ersten Kontaktaufnahme sowie zur fortdauernden Rezipientenbindung und -lenkung verwendet: sie gilt wie auch andere Zeichen (Fremdwörter, Große Schrift, Farben) als Blickfang […].

Da also der Leitartikel mit seinem geringen Umfang für die regelmäßigen Leser der Zeitung vorhersagbar bzw. erwartbar ist, kann dieser Umfang nicht zu einer Erwartungsenttäuschung führen.

4. Kurzkommentare in bulgarischen überregionalen Tageszeitungen

Das *Helsinkier Kommentarkorpus* enthält insgesamt elf überregionale bulgarische Tageszeitungen (vgl. PETKOVA-KESSANLIS 2016a, 410–411). Die Untersuchung dieses Teil-Korpus zeigt, dass sich Kurzkommentare in fünf dieser Zeitungen finden: in den Zeitungen *24 tschassa*, *Trud*, *Pressa, Bulgaria dnes* und *Telegraf*.

Die Zeitungen *24 tschassa*, *Trud*, *Pressa* und *Telegraf* veröffentlichen sowohl Kurz- als auch Langkommentare.[16] In der Zeitung *24 tschassa* gibt es eine Meinungsseite (S. 12/14), überschrieben mit *Мнения* [‘Meinungen’]; auf dieser Seite gibt es die Unterrubriken *Редакционни* (*мнения*) [‘Redaktionelle (Meinungen)’] und *Лични*

16 Langkommentare sind hier nur eine Vergleichsgröße. Als solche werden all jene angesehen, die mehr als 30 Zeilen umfassen.

(мнения) [‘Persönliche (Meinungen)’]. Die Kurzkommentare dort sind Leitartikel und erscheinen in der Rubrik *Редакционни* (*мнения*) [‘Redaktionelle (Meinungen)’]. In der Zeitung *Trud* wird der Kurzkommentar auf der Titelseite in der Rubrik *Позиция* [‘Position’] veröffentlicht. Die Langkommentare erscheinen in der Rubrik *Общество* [‘Gesellschaft’] auf S. 15, in der Unterrubrik *Коментари* [‘Kommentare’]. *Pressa* veröffentlicht drei Kurzkommentare (einen auf der Titelseite in der Rubrik *Под ПРЕСА* [‘Unter der PRESSA’], einen in der Rubrik *Между редовете* [‘Zwischen den Zeilen’] (S. 5/7) und einen in der Rubrik *Коментар* [‘Kommentar’] (S. 16/17)) sowie einen Langkommentar in der Rubrik *Гледна точка* [‘Blickwinkel’] (S. 17). Die Boulevardzeitung *Telegraf* veröffentlicht auf ihrer Meinungsseite (S. 12) drei Kurzkommentare in der Rubrik *Телеграф каза* [‘Telegraf sagte’] und einen Langkommentar, der keiner Rubrik zugeordnet ist. Ausschließlich Kurzkommentare erscheinen in der Boulevardzeitung *Bulgaria dnes*.

Dieses Ergebnis ist insofern wenig überraschend, als sich die bulgarische Presselandschaft dadurch auszeichnet, dass sie keine Qualitätszeitung vorweisen kann, dafür aber mehrere Hybrid-Tabloids[17]. Dabei handelt es sich um eine hybride populäre Tagespresse, „where there is no clear distinction between broadsheets and tabloids and a mixture between the two is prevalent“ (Wessler u. a. 2008, 172).[18] Das Vorhandensein von Kurzkommentaren ist also insofern zu erwarten, als sich Hybrid-Tabloids einerseits an Textsortenkonventionen bzw. Textmusterrealisierungen, die in der Qualitätspresse üblich sind, andererseits an solchen, die für die Boulevardpresse charakteristisch sind, orientieren.

Dies wird u. a. durch die Feststellung bestätigt, dass zur Seriosität tendierende bulgarische Tageszeitungen wie die Wirtschaftszeitung *Ka-*

---

17 Wessler u. a. (2008, 172) verwenden den Terminus „broadloid”, vgl.: „The term broadloid is used for those quality newspapers that borrow style from tabloids.“

18 Näheres dazu in Petkova-Kessanlis (2016a, 407–409).

pital Daily, die Zeitungen *Monitor*, *Sega*, *Standart*, *Novinar*[19] sowie die linke Zeitung *Duma* (hier erscheinen in der Regel insgesamt fünf Kommentare; gelegentlich gibt es einen weiteren Kommentar, der kurz ist) fast ausschließlich Langkommentare veröffentlichen.

Es lässt sich dennoch festhalten, dass der Kurzkommentar in den bulgarischen Tageszeitungen einen hohen Stellenwert aufweist. Denn – insgesamt gesehen – erscheinen in seriöseren Zeitungen weniger Kommentare als in den Hybrid-Tabloids und in den Boulevardzeitungen. So veröffentlicht beispielsweise *Kapital Daily* lediglich einen Kommentar, die Zeitungen *Sega* und *Novinar* veröffentlichen jeweils zwei Kommentare pro Ausgabe.

Im Folgenden möchte ich exemplarisch zeigen, welche Realisierungen des Textmusters Kommentar in Kurzkommentaren aus bulgarischen Tageszeitungen vorkommen. Dabei geht es mir wieder um die Beschreibung ihrer Handlungsstruktur und ihrer stilistischen Gestaltung.

Die Untersuchung des Korpus ergibt, dass es drei verschiedene Realisierungsmuster bzw. -typen gibt. Hinzu kommen kurze Texte, die von der Zeitungsredaktion als Kommentare deklariert bzw. „etikettiert" werden, aber dem Textmuster Kommentar nicht folgen.

---

19 Anfang Juli 2016 wurde das Erscheinen der Tageszeitung *Novinar* eingestellt.

Textmusterrealisierungs-Typ 1:

РЕДАКЦИОННИ

Хора, не се палете!

Двама души починаха след самозапалване. Пламен Горанов от Варна поиска кметска оставка и без да я дочака, се запали. Вчера почина и Венцислав Василев от Раднево, който се запали заради дълговете на семейството си. Сега Петър Стоянов от Плевен плаши, че ще ги последва, защото от 4 месеца не е получавал заплата. *(Виж 2-а и 3-а стр.)*

Недоволни от системата като Пламен има хиляди. Гневните, съсипани от мизерия, са още повече. Десетки хиляди са и тези, които чакат с месеци заплатите си. Гневът им е справедлив, но нито той, нито отчаянието трябва да са повод човек да се пали. Това може и да стресне някого, но може и да не даде никакъв резултат.

Самозаплаването е краен акт, който причинява само скръб и болка на близките на тези хора. Но с това проблемите им не стават по-малко, нито се решават. Животът е ценност, за която всеки трябва да се бори, а не да го погубва. Затова, хора, не се палете! Човек може да отстоява правото си на достоен живот и без да стига до крайни действия.

Abb. 5: *24 tschassa*, Leitartikel, 11.03.2013, S. 12.

Überschrift: *Хора, не се палете*! [‘Leute, zündet euch nicht an’]

[1] Zwei Menschen sind infolge von Selbstverbrennung gestorben. [2] Plamen Goranov aus Varna forderte den Rücktritt des Bürgermeisters, zündete sich aber selbst an, ohne ihn abzuwarten. [3] Gestern starb auch Ventzislav Vassilev aus Radnevo, der sich wegen der Schulden seiner Familie anzündete. [4] Jetzt droht Peter Stojanov aus Pleven, dass er ihnen folgen wird, weil ihm seit vier Monaten kein Gehalt mehr ausgezahlt wird. (siehe S. 2 und 3).

[5] Unzufrieden mit dem politischen System wie Plamen sind Tausende. [6] Wütende, vom Elend Ausgezehrte gibt es noch mehr. [7] Ihre Wut ist gerechtfertigt, aber weder sie noch die Verzweiflung sollen Anlass dafür geben, sich selbst anzuzünden. [8] Dies kann zwar jemanden aufrütteln, kann aber auch wirkungslos bleiben.

[9] Die Selbstverbrennung ist ein Akt äußerster Verzweiflung, der den Verwandten dieser Menschen lediglich Kummer und Schmerz bereitet. [10] Dadurch werden die Probleme weder weniger noch gelöst. [11] Das Leben ist ein wertvolles Geschenk, um das man kämpfen muss und das man nicht zunichtemachen darf. [12] Deswegen, Leute, zündet euch nicht an! [13] Der Mensch kann sein Recht auf Leben in Würde verteidigen, auch ohne bis zum Äußersten zu gehen.

Hintergrund: Mitte Februar 2013 beginnen Massenproteste in Bulgarien, die sich zunächst gegen die Erhöhung der Strompreise richten, aber im Laufe der Zeit sich zu Protesten gegen die Korruption und die Armut im Land entwickeln. Am 19. Februar gibt es die erste öffentliche Selbstverbrennung in der Stadt Veliko Tarnovo, am 20. Februar die zweite in der Großstadt Varna, am 26. Februar die dritte. Um das Leben des dritten

Selbstverbrennungsopfers kämpfen die Ärzte 12 Tage lang. Am 10. März 2013 erliegt der Mann seinen Verletzungen. Dessen Tod gibt den Anlass für den Kommentar.

Die Botschaft, die der Kommentator mit diesem Text übermitteln möchte, ist bereits in der Überschrift formuliert. Die Verwendung des Ausrufezeichens ist hier bedeutsam: Denn es verleiht der Äußerung Nachdruck[20] und macht somit auf den besonders ausgeprägten Wunsch des Textproduzenten aufmerksam, dass die thematisierte Handlung von den Adressaten unterlassen wird. Andererseits indiziert sein Gebrauch die emotionale Beteiligung des Autors am aktuellen Geschehen. Mittels dieser Aufforderung wird das thematisierte Handeln implizit negativ BEWERTET.

Der Kommentar beginnt mit dem Handlungsschritt ‚Situationscharakterisierung' (vgl. [1] – [4]): Am Textanfang wird eine Handlung vollzogen, die die illokutionäre Kraft des FESTSTELLENs aufweist. In den nachfolgenden Äußerungen [2] – [4] INFORMIERT der Verfasser die Leserschaft über das bisher Geschehene, indem er jeweils den Namen des Betroffenen, seinen Wohnort sowie den Grund für seine Verzweiflungstat nennt. Der Kommentator FASST hier also die Ereignisse ZUSAMMEN und thematisiert nur das, was für die zu vermittelnde Botschaft relevant ist. Gleichzeitig macht er deutlich, wie die Geschehnisse zu deuten sind, und zwar nicht als singuläre, sondern als eine Serie von zusammenhängenden Ereignissen. Anschließend verweist er auf die Zeitungsseiten 2 und 3, die über die aktuellen Ereignisse – über Vassilevs Verbrennungstod am vorigen Tag (vgl. [3]) und über die Ankündigung eines vierten Menschen, sich selbst anzuzünden (vgl. [4]) – ausführlich BERICHTEN. In den darauffolgenden Äußerungen [5] und [6] erfolgt die ‚Problematisierung': Der Verfasser NENNT anscheinend naheliegende Gründe für das davor thematisierte Handeln. Am Anfang von [7] GESTEHT er den Betroffenen Wut als emotionale Reaktion in der gegebenen Situation ZU, direkt danach LEHNT er jedoch die Selbstverbren-

20 Wie im Deutschen ist das Ausrufezeichen in Imperativsätzen nicht obligatorisch. Man kann also eine Aufforderung ohne Nachdruck aussprechen.

nung als Lösung AB. Damit beginnt die ‚Interpretation von Lösungsvarianten'. In [8] wird zunächst auf eine mögliche positive Folge HINGEWIESEN, danach das ABLEHNEN in [7] BEGRÜNDET. In [9] wird wieder auf eine, diesmal negative, Folge HINGEWIESEN. Danach folgt wiederum ein ABLEHNEN. Mit dem HINWEISEN auf weitere negative Konsequenzen in [10] und das darauffolgende indirekte AUFFORDERN, das thematisierte Handeln zu unterlassen (vgl. [11]), wird der Handlungsschritt ‚Berufung auf Grundwerte' ausgeführt. In [12] INSISTIERT der Autor auf dem bereits in der Überschrift vollzogenen AUFFORDERN, das negativ bewertete Handeln zu unterlassen: Er wiederholt die Äußerung und erweitert sie durch den kausalen Konnektor *затова* [‘deswegen‘], um sie mit seinen Argumenten in Beziehung zu setzen. In der letzten Äußerung des Textes GESTEHT der Kommentator den Betroffenen das Recht ZU, sich zu verteidigen, und LEHNT wiederum das bereits negativ bewertete Handeln AB. Damit erfolgt am Textende eine ‚Situationsbewertung'.

Wie die Analyse zeigt, handelt es sich hier um eine textmusterbezogene Realisierung des Textmusters Pressekommentar: Es erfolgen wichtige, für das Textmuster charakteristische Handlungsschritte, und es werden prototypische Handlungen vollzogen. Was hier auffällt, ist nicht etwa eine untypische Handlungsstruktur, sondern verschiedene boulevardisierende Elemente. Relevant ist zunächst die Entscheidung des Kommentators gerade diese singulären Ereignisse zu kommentieren. Denn trotz ihrer Exzeptionalität – die den Verfasser sicherlich dazu veranlasst hat, sie zum Thema zu machen – sind und bleiben diese Ereignisse einmalige, sehr persönliche Ereignisse. Durch das Kommentieren wird ihnen eine besondere Relevanz verliehen. Das Aufgreifen tragischer, die Öffentlichkeit schockierender Einzelschicksale wiederum steht im Einklang mit der Tendenz zur Dramatisierung in der Boulevardpresse. Zudem ist die Personalisierung von besonderer Bedeutung. Sie zeigt sich einerseits am Anfang des Kommentars, als der Autor Namen und Wohnort der Betroffenen nennt und anschließend die Gründe für die jeweilige Verzweiflungstat aufführt. Andererseits ist die Personalisie-

rung evident durch die Nähe-Beziehung, die der Autor zu den Betroffenen aufzubauen versucht: Er spricht die potenziell Betroffenen direkt an und demonstriert emotionale Betroffenheit und Verständnis.

Textmusterrealisierungs-Typ 2:



ПОЗИЦИЯ

СВЕТОСЛАВ МЕТАНОВ

Царството на слепите

В Дъблин еврокомисарят по цифровите технологии Нели Крус говори за медийната свобода в Европа. И посочи България като пример за медиен монопол и липса на прозрачност. Читателят, зрителят и слушателят вероятно също го подозират, а ние - журналистите, си го знаем.

Отдалеч Брюксел видя проблема, който от години бодеше очите на родната Комисия за защита на конкуренцията и изобщо на властта - монопол върху медиите и разпространението им. След което идва още по-страшното - тотална цензура и първобитна пропаганда, убеждаваща, че квадратът е кръг. Според Гьобелс това се доказва само с достатъчен брой повторения. У нас и до вчера някои го вярваха, преди народът да излезе на улиците.

Abb. 6: *Trud*, Kommentar von Svetoslav Metanov, Rubrik *Позиция* [‘Position’], 23.03.2013, S. 1.

Überschrift: *Царството на слепите* [‘Die Herrschaft der Blinden’]

[1] In Dublin sprach die EU-Kommissarin für Digitales Neelie Kroes über die Medienfreiheit in Europa. [2] Und sie verwies auf Bulgarien als Beispiel für Medienmonopol und fehlende Medientransparenz. [3] Der Leser, der Zuschauer und der Hörer haben dies wahrscheinlich schon geahnt, und wir – die Journalisten – wissen es bereits.

[4] Von Weitem sah Brüssel das Problem, das seit Jahren in die Augen unserer heimatlichen Kommission für Konkurrenzschutz und der Staatsgewalt überhaupt stach – das Monopol in Bezug auf die Medien und ihre Verbreitung. [5] Dem folgt aber etwas noch Schrecklicheres – die totale Zensur und die primitive Propaganda, die überzeugen will, dass ein Rechteck ein Kreis ist. [6] Laut Goebbels kann man dies beweisen, wenn man es häufig genug wiederholt. [7] Manche hierzulande haben daran bis vor Kurzem geglaubt, bevor das Volk auf die Straße ging.

In der Überschrift des Textes ist das Thema verrätselnd formuliert: Hinweise auf den folgenden Inhalt fehlen. Die Überschrift soll also Neugier wecken und zum Weiterlesen animieren.

Am Anfang des Textes wird die Leserschaft über das kommentierte Ereignis INFORMIERT (vgl. [1] und [2]). Dabei zeigt sich, dass der Kommentator nur ein einziges Element des Ereignisses als relevant und damit als kommentarwürdig erachtet: In Bulgarien gibt es ein Medienmonopol und die EU weiß davon. Einen Verweis auf einen anderen Ar-

tikel zum Thema gibt es im Kommentar nicht, das Geschehene wird jedoch in zwei Artikeln auf Seite 5 in derselben Zeitungsausgabe thematisiert. Der eine Text trägt den Titel *ЕС си траел за проблемите с медиите. В България собствеността не е прозрачна* [‘Die EU soll die Probleme mit den Medien verschwiegen haben. In Bulgarien ist das Eigentum nicht transparent’], der andere berichtet über ein Interview mit dem damaligen Botschafter der BR Deutschland in Bulgarien, Matthias Höpfner (2009–2014), und gibt seine Stellungnahme zum Problem der Medienfreiheit in Bulgarien wieder; er ist betitelt mit *Германският посланик Матиас Хьопфнер: Концентрацията на собственост е проблем* [‘Der deutsche Botschafter Matthias Höpfner: Die Eigentumskonzentration ist ein Problem’]. Informationen über den eigentlichen Kommentaranlass kann der Leser dem ersten Artikel auf Seite 5 entnehmen: Die Äußerungen der EU-Kommissarin über die Situation der Medien in Bulgarien entstammen ihrer Rede auf einem Seminar zum Thema „Media Pluralism and Freedom in a Connected Europe“, in der sich die nebenbei geäußerte Kritik nicht nur an Bulgarien, sondern auch an Ungarn und Großbritannien richtet. Diese Kritik steht aber keinesfalls im Mittelpunkt der Rede. Es geht eher darum, dass der EU die Initiation einer Diskussion über die Probleme der Medien in den einzelnen EU-Staaten und die Suche nach Problemlösungen wichtig sind. Für den Kommentator ist aber nur von Belang, dass die EU-Kommissarin die Probleme im Medienbereich in Bulgarien erwähnt hat. Diese Äußerung nimmt er zum Anlass, einen Kommentar zu verfassen. Dieses Extrahieren von Einzelinformationen aus einem komplexeren Zusammenhang, die dem eigenen Kommunikationsvorhaben dient, bedingt auch die Kürze des Kommentars. Hier zeigt sich sehr gut die kognitive Dimension der Kürze als eine „ganz spezifische […] Art der Erfassung von Wirklichkeit“ (Gardt 2007, 71) (vgl. Abschnitt 2).

Mit dem INFORMIEREN in [1] und [2] erfolgt die ‚Situationscharakterisierung‘. In den nachfolgenden Äußerungen wird der Handlungsschritt ‚Situationsinterpretation‘ ausgeführt: In [3] ÄUSSERT der Verfasser eine VERMUTUNG, wobei er den Nutzern von Massenmedien ein undeutliches, den Journalisten dagegen ein deutliches Wissen (vgl.

das epistemische Verb *зная* [‘wissen’]) um das Medienmonopol in Bulgarien UNTERSTELLT. In [4] FOLGERT der Kommentator aus dem bisher Geäußerten, dass die EU das gesehen bzw. erkannt hat, was die Kommission für Konkurrenzschutz und die Staatsgewalt viel früher hätten sehen bzw. erkennen sollen. Dabei erzeugt er einen starken Kontrast, indem er die EU in einem Fernbereich (vgl. *отдалеч* [‘von Weitem’]), die Verantwortlichen in Bulgarien hingegen in einem Nahbereich positioniert; der Nahbereich wird zudem maximal eingeengt (*проблема, който … бодеше очите* [‘das Problem, das … in die Augen … stach’]) und die Nähe selbst als ein Dauerzustand eingestuft (vgl. *от години* [‘seit Jahren’]). Erst an dieser Stelle kann die Leserschaft die Verrätselung aus der Überschrift auflösen: Wenn etwas sich so nah befindet, dann soll man es auch sehen bzw. erkennen. Wenn man es nicht kann, dann, weil man eben blind ist. Die Überschrift suggeriert, dass alle Verantwortlichen in Bulgarien davon betroffen sind. Das Ironiesignal ist hier problemlos interpretierbar. Der Verfasser distanziert sich auf diese Art und Weise von den vom Kommentar Betroffenen, WIRFT ihnen Untätigkeit VOR und versucht sie LÄCHERLICH zu MACHEN.

In den Äußerungen [5] bis [7] erfolgt die ‚Situationsbewertung‘. In [5] PROGNOSTIZIERT der Kommentator, dass das Medienmonopol Konsequenzen haben wird. Hyperbolisierend zeichnet er ein bedrohliches Szenario: Er spricht von *цензура* [‘Zensur’] und *пропаганда* [‘Propaganda’] und steigert die Wirkung dieser negativ konnotierten Lexeme, indem er ihnen die Attribute *тотална* [‘total’] und *първобитна* [‘primitiv’] zuschreibt. In [6] beruft er sich auf Goebbels, um die primitive Propaganda zu EXEMPLIFIZIEREN. Dies soll schockierend wirken und dem negativen BEWERTEN Nachdruck verleihen. In der letzten Äußerung des Textes BEHAUPTET der Kommentator, dass manche bulgarische Politiker eine derartige Propaganda betrieben haben und DEUTET AN, dass sie deswegen abgestraft worden sind. Für den informierten Leser ist die Entschlüsselung der Andeutungen des Autors relativ einfach. Das Indefinitpronomen *някои* [‘manche’] steht für die Mitglieder der – infolge von Demonstrationen gegen Erhöhung der Strompreise – am 20. Februar 2013 zurückgetretenen bulgarischen Regierung.

Wie diese Analyse zeigt, gibt es in diesem Text keine These, für die argumentiert wird, wohl erkennbar ist aber die Stellungnahme des Autors zum Problem des Medienmonopols: Der Kommentator BESTÄTIGT und BEKRÄFTIGT die Einschätzung der EU-Kommissarin, WIRFT den Verantwortlichen in Bulgarien implizit Ignoranz und Untätigkeit VOR und PROGNOSTIZIERT eine drastische Verschlechterung der Mediensituation. Der Leserschaft, der eine vage Vorstellung von der Mediensituation UNTERSTELLT wird, wird allerdings keinerlei Problemlösung angeboten. Gegenpositionen werden zudem überhaupt nicht thematisiert. Eine argumentative Textstruktur ist somit nicht vorhanden. Berechtigt wäre hier deshalb die Frage, ob dieser Text der Textsorte Kommentar zugerechnet werden könnte. Denn auch wenn dem Text eine persuasive Intention unterstellt werden kann, so tut der Text wenig, um den kommunikativen Erfolg zu sichern. Eher erkennbar ist hier eine Funktion, die für die Textsorte Glosse prototypisch ist. LÜGER (1995, 137) beschreibt sie folgendermaßen: „Glossen streben allenfalls die *Verstärkung einer als gegeben angenommenen Einstellung* an“ (Hervorhebung i. O.). Stellenweise (in der Überschrift und implizit in [4]) erfolgt diese Verstärkung in einer – für die Glosse charakteristischen – „distanziert-spöttische[n] Modalität“ (LÜGER 1995, 137), aber ansonsten ist die Modalität ernsthaft. Als eine Glosse ist dieser Text jedoch auch schwer einzuordnen. Was ihm in erster Linie fehlt, ist das „Wesenselement des Komischen“ (LENK 2012, 158); eine Unterhaltungsfunktion, die die persuasive Funktion ersetzt oder abschwächt[21], kann ihm somit nicht zugeschrieben werden. Eine „Fokussierung eher nebensächlicher Aspekte oder Themen“ (LENK 2012, 158) erfolgt ebenfalls nicht.

Für eine Hybridisierung (vgl. LENK 2012, 163) der Textsorten Kommentar und Glosse spricht auch wenig, weil konstitutive Merkmale beider Textsorten fehlen. Was sich feststellen lässt, ist die Nähe zum alltäglichen KOMMENTIEREN, was Texte dieser Art im äußersten Rand des Textmusters positioniert.

21 Vgl. LÜGER (1995, 137): „Die Argumentation [in Glossen; M. P.-K.] wirkt eher unterhaltend als überzeugen wollend“.

Was aber an diesem Kommentar besonders auffällt, ist der übermäßige Gebrauch rhetorisch-stilistischer Maßnahmen, was die persuasive Intention des Autors besonders deutlich werden lässt.

Ebenfalls als eine Randerscheinung im Hinblick auf den prototypischen Pressekommentar sind Texte einzustufen, die ein Ereignis zum Anlass nehmen und ein Problem aufwerfen, jedoch weder eine Problemlösung noch eine Erklärung für das Geschehene bieten. Texte dieser Art DEUTEN eine gewisse Interpretation des Ereignisses AN, versuchen das Denken der Leserschaft in eine bestimmte Richtung zu lenken, lassen ihr aber gleichzeitig viel Spielraum für die eigene Interpretation.

Textmusterrealisierungs-Typ 3:


ПОЗИЦИЯ

АННА ЗАРКОВА

Сменят полицейски шефове. Защо ли?

Правителството в оставка тихомълком сменя полицейски шефове в страната *(виж стр. 8)*. Местят и пенсионират началници на областни дирекции и РПУ-та. Пресцентърът, иначе словоохотлив, мълчи. Свалените обещават да обяснят, но „после“ - вероятно когато си получат 20-те заплати.

Защо ли е тази кадрова въртележка?

Може би някой се сеща и за друга причина освен тая, че иде изборно време?

Какво може да направи един полицейски началник край урните, знае всеки, който е чел „Бай Ганьо прави избори“ от Алеко Константинов. И ние знаем, но не коментираме. Припомняме само, че масово пенсиониране имаше и при бившия вътрешен министър Михаил Миков, в края на мандата на тройната коалиция. Но това не й помогна много, нали?

Abb. 7: *Trud*, Kommentar von Anna Zarkova, Rubrik *Позиция* [‘Position’], 11.03.2013, S. 1.

Überschrift: Сменят полицейски шефове. Защо ли? [‘Sie wechseln Polizeichefs aus. Warum wohl?’]

[1] Die zurückgetretene Regierung wechselt im Stillen die Polizeichefs im Land aus (siehe Seite 8).

[2] Versetzt und in den Ruhestand geschickt werden Leiter von regionalen Polizeidirektionen und örtlichen Polizeidienststellen[22]. [3] Das Presseamt, ansonsten redselig, schweigt. [4] Die in den Ruhestand Versetzten versprechen, dies zu erklären, aber „später“ – wahrscheinlich, nachdem sie ihre zwanzig Monatsgehälter erhalten.[23]

[5] Warum dreht sich wohl dieses Personalkarussell?

[6] Vielleicht fällt jemandem ein anderer Grund ein als der, dass Wahlen bevorstehen?

[7] Was ein Polizeichef in der Nähe der Urnen anrichten kann, weiß jeder, der Aleko Konstantinovs „Baj Ganju macht Wahlen“[24] gelesen hat. [8] Wir wissen es auch, kommentieren es aber nicht. [9] Wir erinnern nur daran, dass es Massenpensionierungen auch unter dem ehemaligen Innenminister Michail Mikov am Ende der Regierungszeit der Dreier-Koalition[25] gab. [10] Das hat aber nicht besonders geholfen, nicht wahr?

22 Im Originaltext steht die Abkürzung *РПУ* (= Районно полицейско управление [‘Örtliche Polizeidienststelle’]).

23 Beamte des bulgarischen Innenministeriums bekommen mit der Versetzung in den Ruhestand eine Abfindung in Höhe von zwanzig Monatsgehältern.

24 „Baj Ganju macht Wahlen“ ist eine Geschichte aus einem Klassiker der bulgarischen Literatur, dem Roman von Aleko Konstantinov „Бай Ганьо. Невероятните разкази на един съвременен българин“ [‘Baj Ganju. Die unwahrscheinlichen Geschichten eines zeitgenössischen Bulgaren’] (1894/95). Der Roman setzt sich satirisch mit den problematischen Ausprägungen des Bulgarischen, mit bulgarischen Identitätssinnbildern und patriotischen Einstellungen auseinander. In der betreffenden Geschichte entscheidet sich Baj Ganju, in die Politik zu gehen und entwickelt sich in kurzer Zeit zu einem skrupellosen, arroganten und selbstgefälligen Politiker. Er entpuppt sich als ein politisches Chamäleon, das äußerst anpassungsfähig, prinzipienlos und überheblich ist; vor Wahlzettelfälschung scheut er auch nicht zurück. Der Roman ist ins Deutsche übersetzt und zuletzt 2017 in Klagenfurt erschienen, unter dem Titel „Baj Ganju, der Rosenölhändler“, herausgegeben von Rumen Milkow.

25 Von 2005–2009 wurde Bulgarien von einer Dreier-Koalition aus den Parteien BSP (Bulgarische Sozialistische Partei), NDSW (Nationale Bewegung für Stabilität und Fortschritt) und DPS (Bewegung für Rechte und Freiheiten) regiert; Ministerpräsident war Sergej Stanischew.

Die Überschrift ist zweiteilig und ungewöhnlich formuliert: Zuerst INFORMIERT die Verfasserin darüber, dass hohe Polizeiposten neu besetzt werden, dann FRAGT sie nach dem Grund. In den Äußerungen [1] bis [2] TEILT die Kommentatorin der Leserschaft MIT, was passiert ist bzw. immer noch passiert. Dabei STELLT sie sich als besonders gut informiert SELBST DAR, UNTERSTELLT der Regierung Heimlichtuerei (vgl. *тихомълком* [‘im Stillen’]) und erweckt auf diese Art und Weise den Eindruck, dass sie Insider-Wissen vermittelt. Mit den folgenden Behauptungshandlungen in [3] und [4] LEGT sie der Leserschaft NAHE, dass allen Beteiligten Stillschweigen verordnet wurde. Dabei STELLT sie sich wieder SELBST DAR: als besonders interessierte, insistente Journalistin, die nach der Wahrheit sucht. Mit der Fragehandlung in [5] möchte sie den Leser zum Nachdenken bringen; das kommentierte Ereignis stuft sie als *кадрова въртележка* [‘Personalkarussell’[26]] ein. Mit der folgenden Fragehandlung in [6] wendet sie sich unspezifisch an die Leserschaft und DEUTET AN, dass die bevorstehenden Parlamentswahlen der Grund für die Versetzungen in den Ruhestand sind. In [7] unterstellt sie den Polizeichefs Wahlmanipulation. Dies tut sie implizit, indem sie auf die Geschichte „Baj Ganju macht Wahlen“ verweist. Der Hinweis *всеки, който е чел* [‘jeder, der [die Geschichte] gelesen hat’] ist vollkommen obsolet und ironisch gemeint. Denn der Kommentar ist für die bulgarische Leserschaft bestimmt; Aleko Konstantinovs Roman ist nicht nur ein bulgarischer Klassiker, sondern gehört zum Literaturkanon in der Schule. D. h. jeder Bulgare weiß ganz genau, wie die Figur Baj Ganju in dieser Geschichte handelt bzw. was sie genau macht. Insofern handelt es

26 Im Originaltext wird nicht der Ausdruck *персонална въртележка* [‘Personalkarussell’], sondern *кадрова въртележка* [‘Kaderkarussell’] verwendet. Hierfür sehe ich zwei Gründe: Einerseits ist *персонална въртележка* im Bulgarischen ein Neologismus, der sich noch nicht im Sprachgebrauch durchgesetzt hat. Andererseits – und dies scheint mir durchaus denkbar – könnte man der Kommentatorin unterstellen, dass sie den Ausdruck *кадрова въртележка* gezielt verwendet, um anzudeuten, dass die heutigen bulgarischen Politiker nach demselben Muster handeln wie die vor der Wende 1989 regierenden Politiker.

sich nicht etwa um eine vage Quantifizierung (sie wird hier nur vorgetäuscht), sondern um eine genaue. In [8] BEHAUPTET die Kommentatorin, dass sie über das Wissen um Wahlmanipulationen verfügt; dabei verwendet sie das solidarisierende *ние* [‘wir’] ohne spezifischen Referenzbezug. Anschließend KÜNDIGT sie AN, dies nicht zu kommentieren. In [9] ERINNERT sie die Leserschaft an ein ähnliches Ereignis, d. h. an Massenpensionierungen am Ende der Regierungszeit. In [10] STELLT sie FEST, dass dieses Handeln wirkungslos geblieben ist und fordert – mittels des Rückversicherungssignals *нали?* [‘nicht wahr?’] – scheinbar eine Bestätigung des Lesers.

Für diesen Typ der Textmusterrealisierung charakteristisch ist zunächst die indirekte Art der Handlungsdurchführung, die ein hohes persuasives Potenzial aufweist: Die Kommentatorin verwendet – um ihre Botschaft der Leserschaft zu übermitteln – rhetorische Fragen und LEGT auf diese Art und Weise Inhalte NAHE, anstatt sie explizit zum Ausdruck zu bringen. Derart BEKRÄFTIGT sie den Wahrheitsanspruch ihrer – in Wirklichkeit – Behauptungshandlungen. Zudem bedient sie sich des stilistischen Handlungsmusters LEBENDIG MACHEN, indem sie mit dem Rezipienten DIALOGISIERT, wenn auch nur scheinbar. Ebenfalls sehr charakteristisch ist das betonte SICH-SELBST-DARSTELLEN: Dies erfolgt einerseits mittels des THEMATISIERENs von Insider-Wissen, andererseits durch das FRAGEN-STELLEN, aber auch durch den angeblichen Verzicht aufs KOMMENTIEREN. Der Leser soll den Eindruck gewinnen, die Kommentatorin sei besonders gut informiert und kompetent, in besonderer Weise an der Wahrheit interessiert und dazu noch objektiv.

Insgesamt gesehen fallen auch hier der Einsatz rhetorisch-stilistischer Maßnahmen sowie die fehlende argumentative Struktur auf. Eine Nähe zum alltäglichen KOMMENTIEREN ist ebenfalls erkennbar.

Textmusterrealisierungs-Typ 4:

Der nachfolgende Text ist in der Rubrik *България Днес коментира* [‘*Bulgaria dnes* kommentiert’] veröffentlicht worden und weckt damit die Erwartung, dass der Text der Textsorte Kommentar zuzurechnen ist.

Im Folgenden werden zwei Drittel des Textes präsentiert (neben Abbildung 8).

Bei den im Titel genannten Personen – Azis und Zlatka – handelt es sich um einen auf dem Balkan äußerst erfolgreichen, exzentrischen bulgarischen Pop-Folk-Sänger mit Roma-Herkunft und um ein Playmate. Pop-Folk-Stil (eine Musikrichtung, die traditionelle Balkan-Folkloremusik mit orientalischen Elementen verbindet und die die bulgarische Bevölkerung polarisiert) sowie Nackt-Models, für die die beiden in diesem Kommentar stellvertretend stehen, stellen hier – so die Intention des Kommentators – einen scharfen Kontrast her zu allem, was die Mitglieder der Übergangsregierung repräsentieren: gesellschaftliches Engagement, hohe Bildung, Kompetenz, Moral etc.

Der Kommentator unterbreitet hier einen nicht ernst gemeinten und im Grunde genommen unrealistischen Vorschlag. Das Rezipieren des Textes soll dem Leser Vergnügen bereiten, er soll sich vorstellen, dass die genannten Personen das von ihm Erzählte tatsächlich auch tun. Die Interaktionsmodalität ist in den Äußerungen [1] und [2] ernst, danach wechselt sie zu einer unernst-spöttischen. Der Verfasser SPOTTET und versucht, die im Kommentar Gemeinten LÄCHERLICH zu MACHEN. Um dies zu erreichen, DIALOGISIERT er mit sich selbst (vgl. [4] und [5]), KOMISIERT, verwendet bildliche und saloppe Ausdrücke, Prädizierungen (vgl. [6] und [7]); unterstellt fehlendes Allgemeinwissen (vgl. [8]); die Vornamen der betroffenen Personen werden despektierlich verwendet (*Zlatito* ist ein Kosename für *Zlatka*). Er entwickelt ein fiktives Zukunfts-Szenario, das intendiert irreal und somit komisch wirkt (bei entsprechendem – teilweise kulturgebundenen – Vorwissen). U. a. unterstellt er zudem den betroffenen Personen, dass das von ihm beschriebene Handeln von ihnen erwünscht sei.



БЪЛГАРИЯ
Днес
КОМЕНТИРА

Защо забравихме Азис и Златка?

ИВо АНГЕЛОВ

Президентът Росен Плевнелиев представи вчера следобед служебното правителство, което ще управлява страната през следващите 3 месеца. Новите министри бяха представени като ерудирани и обичани личности, които трябва да върнат доверието на българите в управляващите.

Ако следваме обаче римската максима, че народът иска хляб и зрелище, се сещаме за няколко лица, които със сигурност биха създали зрелище в страната. То и без това хляб няма.

Кой да бъде премиер, ако не Азис! Костинбродският славей ще вземе акъла на целия Европейски съюз, няма да дава възможност на народа да си поеме глътка въздух от изпълненията му, а заседанията на Министерския съвет ще се водят под акомпанимента на ромски оркестър.

Външен министър става Черната Златка, която ще замаже хаоса у нас, като предизвика международен такъв. Златито ще дава нареждания от столицата на Япония - Австралия, до централата на ЕС в Буркина Фасо. И всичко ще минава, защото хората ще я гледат не в устата, а в... е, знаете къде.

Спортен министър трябва да е Николета Лозанова, защото кой по-добре познава спортистите у нас от нея. Лили Иванова е идеална за социален министър, за да дава пример на пенсионерите как да изтикат до дълголетие и щастлив живот на старини.

Überschrift: *Защо забравихме Азис и Златка?*
[‘Warum haben wir Azis und Zlatka vergessen?’]

[1] Der Präsident Rossen Plevneliev hat gestern Nachmittag die Übergangsregierung, die in den kommenden drei Monaten das Land regieren wird, vorgestellt. [2] Die neuen Minister wurden als gebildete und beliebte Persönlichkeiten präsentiert, die das Vertrauen der Bulgaren in die Regierenden zurückgewinnen sollen.

[3] Wenn wir allerdings der römischen Maxime folgen, nach der sich das Volk Brot und Spiele wünscht, fallen uns einige Personen ein, die mit Sicherheit für ein Spektakel im Land sorgen werden. [4] Brot gibt es ja so oder so nicht. [5] Wer soll denn sonst Premierminister werden, wenn nicht Azis! [6] Die Konstinbroder[27] Nachtigall wird dafür sorgen, dass die ganze Europäische Union außer Rand und Band gerät, er wird singen und das Volk dabei nicht mal aufatmen lassen, und die Sitzungen des Ministerrates werden unter Begleitung eines Roma-Orchesters stattfinden.

[7] Außenministerin wird die Rothaarige Zlatka werden, die das Chaos hierzulande unter den Teppich kehren wird, indem sie ein internationales Chaos auslöst. [8] Zlatito wird von Japans Hauptstadt Australien aus bis zu der EU-Zentrale in Burkina Faso Anweisungen geben. […]

Abb. 8: *Bulgaria dnes*, Kommentar, Rubrik *България Днес коментира* [‘*Bulgaria dnes* kommentiert’], 13.03.2013, S. 4.

27 Kostinbrod ist eine Kleinstadt, die ca. 10 km von der bulgarischen Hauptstadt Sofia entfernt liegt.

Der Text lässt sich keiner meinungsbetonten Textsorte zuordnen, denn er erfüllt nicht im Geringsten eine Meinungsbildungsfunktion. Er nähert sich ein wenig der Satire (aufgrund des Ironisierens, des Hyperbolisierens und in erster Linie seiner „reinen“ Unterhaltungsfunktion), übt aber gar keine gesellschaftliche Kritik, sondern macht Prominente nur lächerlich. Somit handelt es sich hier – wie auch bei den anderen in dieser Rubrik der Zeitung *Bulgaria dnes* erschienenen Texten – um keine Kommentare. Sehr ähnliche Kurztexte finden sich regelmäßig in der Boulevardzeitung *Telegraf*.

5 Schlussfolgerungen

Wie anhand von Texten aus dem *Helsinkier Kommentarkorpus* gezeigt werden konnte, kann man von einem einheitlichen Kommentartyp Kurzkommentar nicht ausgehen. Vielmehr erweist es sich als notwendig, differenziert vorzugehen und im Einzelnen zu untersuchen, worauf textuelle Kürze zurückzuführen ist.

SANDIG (1997, 37) macht darauf aufmerksam, dass der für eine gegebene Textsorte charakteristische Textumfang „individuell oder durch Zwänge im Handlungsbereich verändert werden“ kann. Ersteres ist bei den Leitartikeln der griechischen Qualitätszeitung *Kathimerini* der Fall. Die primäre kommunikative Funktion dieser Texte besteht darin, die Leserschaft wissen zu lassen, welche Position die Zeitungsredaktion zu einem politisch brisanten Ereignis einnimmt, und diese Position zu begründen. Zu diesem Zweck wird ein Wirklichkeitsausschnitt den Rezipienten in einer ganz spezifischen Art und Weise vermittelt. Den Texten ist auch eine persuasive Funktion, d. h. eine „werbende Intentionalität“ (LÜGER 2012, 65), zuzuschreiben, die durch einen für den Leitartikel typischen Stil realisiert wird; diese „werbende Intentionalität“ weist allerdings ei-

nen deutlich niedrigeren Grad auf als der prototypische Pressekommentar.[28] Diese beiden kommunikativen Funktionen, kombiniert mit einer minimalen Handlungsdurchführung, zeichnen den Leitartikel aus und heben ihn in besonderer Weise von Leitartikeln in anderen griechischen (und auch in anderen europäischen) Tageszeitungen ab.

Der Umfang der Kurzkommentare in den untersuchten bulgarischen Tageszeitungen ist – im Gegensatz zu den Leitartikeln in der *Kathimerini* – eher auf die Restriktionen des Handlungsbereichs bzw. des jeweiligen Mediums zurückzuführen. Wie für die Boulevardpresse typisch, handelt es sich in den meisten Fällen um Texte, die nach Aufmerksamkeit heischen. Dies soll einerseits die Kürze, andererseits ihre besondere stilistische Gestaltung gewährleisten. Die für diese Texte charakteristische Handlungsdurchführung kommt häufig ohne Argumentation aus. Wichtiger scheint es zu sein, auf Probleme aufmerksam zu machen, als ihnen auf den Grund zu gehen. In manchen Fällen ist die Realisierung des Texthandlungsmusters journalistisches KOMMENTIEREN nur mit Einschränkungen zu konstatieren, dafür bedienen sich die Kommentatoren eher des alltäglichen KOMMENTIERENs. In Hybrid-Tabloids lässt sich allerdings auch eine Tendenz zur Seriosität beobachten. In der „reinen" Boulevardpresse wiederum werden Kurztexte als Kommentare „etikettiert", ohne solche zu sein.

In Bezug auf Kurzkommentare generell lässt sich zudem feststellen, dass rhetorisch-stilistische Maßnahmen sich ambivalent auf die textuelle Kürze auswirken: Einerseits kann ein Minimum an rhetorisch-stilistischen Maßnahmen mit Kürze einhergehen, andererseits ist ein Mehr an rhetorisch-stilistischen Maßnahmen durchaus auch mit textueller Kürze vereinbar.

28 Vgl. PETKOVA-KESSANLIS (2016b, 478–485), wo anhand einer eingehenden Analyse eines Kommentars und eines Leitartikels aus der Zeitung *Kathimerini* der niedrigere Grad an werbender Intentionalität des Leitartikels aufgezeigt wird.

Literatur

Afentouli, Ino (2004): The Greek Media Landscape. In: Couloumbis, Theodore A./Kariotis, Theodore/Bellou, Fotini (Hrsg.): Greece in the Twentieth Century. London/New York, 170–182.

Bär, Jochen A./Roelcke, Thorsten/Steinhauer, Anja (Hrsg.) (2007): Sprachliche Kürze. Konzeptuelle, strukturelle und pragmatische Aspekte. Berlin/New York.

Brinker, Klaus (2001): Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. 5., durchgesehene und ergänzte Auflage. Berlin.

Burkhardt, Steffen (2009): Praktischer Journalismus. München.

Eggs, Ekkehard (2000): Vertextungsmuster Argumentation: Logische Grundlagen. In: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven F. (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband. Berlin/New York, 397–414.

Eisenberg, Peter (1994): Grundriß der deutschen Grammatik. 3. überarbeitete Auflage. Weimar.

Gansel, Christina/Jürgens, Frank (2007): Textlinguistik und Textgrammatik. Eine Einführung. 2. überarbeitete und ergänzte Auflage. Göttingen.

Gardt, Andreas (2007): Kürze in Rhetorik und Stilistik. In: Bär, Jochen A./Roelcke, Thorsten/Steinhauer, Anja (Hrsg.), 70–88.

Gehr, Martin (2014): Metaphern und Redewendungen im politischen Kommentar. Wiesbaden.

Giessen, Hans W./Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.) (2017): Persuasionsstile III: Linguistische Methoden zur vergleichenden Analyse von Kommentartexten in Tageszeitungen europäischer Länder. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 232–233).

Häusermann, Jürg (2011): Journalistisches Texten. 3. überarbeitete Auflage. Konstanz.

Hermanns, Fritz (1987): Handeln ohne Zweck. In: Liedtke, Frank/Keller, Rudi (Hrsg.): Kommunikation und Kooperation. Tübingen, 73–105.

Jäger, Maren (2014): Die Kürzemaxime im 21. Jahrhundert vor dem Hintergrund der *brevitas*-Diskussion in der Antike. In: Autsch, Sabiene/Öhlschläger, Claudia/Süwolto, Leonie (Hrsg.): Kulturen des Kleinen. Mikroformate in Literatur, Kunst und Medien. Paderborn, 21–40.

Kohvakka, Hannele (2016): Zu Kommentaren in den finnischsprachigen Tageszeitungen. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 77–92.

Lenk, Hartmut E. H. (1999): Der Explizitätsgrad von Bewertungen in der Textsorte ‚Pressekommentar'. Überlegungen aus der Perspektive des DaF-Unterrichts für Fortgeschrittene. In: Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung 35, 76–115.

Lenk, Hartmut E. H. (2012): Von der Illokutionsstruktur zum Handlungsweg. Methodologische Überlegungen zur Analyse der Handlungsstruktur von Zeitungskommentaren. In: Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.), 115–158.
Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.) (2016): Persuasionsstile in Europa II: Kommentartexte in den Medienlandschaften europäischer Länder. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 229–231).
Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.) (2012): Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar. Hildesheim u. a. (Germanistische Linguistik. 218–219).
Leyhausen, Katja (2007): Kurze Texte: eine theoretische Einordnung. In: Bär, Jochen A./Roelcke, Thorsten/Steinhauer, Anja (Hrsg.), 337–364.
Lüger, Heinz-Helmut (1995): Pressesprache. 2. neu überarbeitete Auflage. Tübingen. (Germanistische Arbeitshefte. 28).
Lüger, Heinz-Helmut (2001): Akzeptanzwerbung in Pressekommentaren. In: Breuer, Ulrich/Korhonen, Jarmo (Hrsg.): Mediensprache – Medienkritik. Frankfurt a. M., 207–224.
Lüger, Heinz-Helmut (2012): Persuasion als medienlinguistisches Phänomen. In: Lenk, Hartmut E. H./Vesalainen, Marjo (Hrsg.), 63–92.
Lüger, Heinz-Helmut (2017): Kommentieren als komplexes Sprachhandeln. In: Giessen, Hans W./Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 179–203.
Malmqvist, Anita/von der Heiden, Gregor (2016): Der Kommentar in Tageszeitungen Schwedens. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 21–57.
Petkova-Kessanlis, Mikaela (2009): Musterhaftigkeit und Varianz in linguistischen Zeitschriftenaufsätzen. Sprachhandlungs-, Formulierungs-, Stilmuster und ihre Realisierung in zwei Teiltexten. Frankfurt a. M. u. a.
Petkova-Kessanlis, Mikaela (2016a): Meinungsbetonte Texte und ihr Stellenwert in der bulgarischen Presselandschaft. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 403–441.
Petkova-Kessanlis, Mikaela (2016b): Kommentare in der griechischen Tagespresse: Vorkommenshäufigkeit und Relevanz. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 443–479.
Petkova-Kessanlis, Mikaela (2017): Stilmuster und ihr Beitrag zum persuasiven Potenzial von Pressekommentaren. In: Giessen, Hans W./Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 25–56.
Petkova-Kessanlis, Mikaela (i. Dr.): Zur Realisierung des Handlungsmusters fachliches KOMMENTIEREN. In: Magnus, Gilbert/Ehrhard-Macris, Anne-Françoise (Hrsg.): Text und Kommentar – eine kommentative Funktion? Tübingen.
Sandig, Barbara (1987): Textwissen. Beschreibungsmöglichkeiten und Realisierungen von Textmustern am Beispiel der Richtigstellung. In: Engelkamp,

Johannes (Hrsg.): Wissensrepräsentation und Wissensaustausch. Interdisziplinäres Kolloquium der Niederländischen Tage in Saarbrücken April 1986. St. Ingbert, 115–155.

Sandig, Barbara (1997): Formulieren und Textmuster. Am Beispiel von Wissenschaftstexten. In: Jakobs, Eva-Maria/Knorr, Dagmar (Hrsg.): Schreiben in den Wissenschaften. Frankfurt a. M., 25–44.

Sandig, Barbara (2006): Textstilistik des Deutschen. 2. völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Berlin/New York.

Schalkowski, Edmund (2011): Kommentar, Glosse, Kritik. Konstanz.

Schalkowski, Edmund (2016): Gibt es eine Boulevardisierung des Kommentars in den deutschen Regionalzeitungen? In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.), 169–175.

Schneider, Wolf/Raue, Paul-Josef (1996): Handbuch des Journalismus. Hamburg.

Skog-Södersved, Mariann/Reuter, Ewald/Rink, Christian (Hrsg.) (2015): Kurze Texte und Intertextualität. Ausgewählte Beiträge der GeFoText-Konferenz vom 26.09. bis 27.09.2013 in Vaasa. Frankfurt a. M. u. a.

Wessler, Hartmut/Skorek, Malgorzata/Kleinen-von Königslöw, Katharina/Held, Maximilian/Dobreva, Mihaela/Adolphsen, Manuel (2008): Comparing Media Systems and Media Content: Online Newspapers in Ten Eastern and Western European Countries. In: Journal of Global Mass Communication 1(3/4), 165–189.

Wolf, Volker (2017): Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus. 2. überarbeitete Auflage. Köln.

Zifonun, Gisela/Hoffmann, Ludger/Strecker, Bruno (1997): Grammatik der deutschen Sprache. Berlin/New York.

Autorenverzeichnis

Manuel Ackermann, MA
Humanistische Fakultät
Abteilung Sprachen / Germanistik
Pf. 24 (Unioninkatu 40)
FI–00014 Universität Helsinki
Manuel.Ackermann@helsinki.fi

Prof. Dr. Bilut-Homplewicz
Universität Rzeszów
Humanistische Fakultät
Lehrstuhl für Angewandte Linguistik
Al. mjr. W. Kopisto 2 B
PL–35-315 Rzeszów
zbilut@wp.pl

PD Dr. Claudia Buffagni
Università per Stranieri di Siena
Dipartimento di Ateneo per la Didattica e la Ricerca
Piazza Carlo Rosselli 27/28
I–53100 Siena
buffagni@unistrasi.it

Univ.-Doz. Dr. habil.
Ewa Drewnowska-Vargáné
Universität Szeged
Institut für Germanistik
Lehrstuhl für Germanistische Linguistik
Egyetem utca 2
H–6722 Szeged
ewa5drewa@gmail.com

Prof. Dr. habil. Hans W. Giessen
Jan-Kochanowski-Universität
Institut für fremdsprachige Philologien
ul. Świętokrzyska 21 D
PL-25-406 Kielce
h.giessen@gmx.net

Mag. Dr. Martin Kaltenbacher
Universität Salzburg
Fachbereich Anglistik und Amerikanistik
Erzabt-Klotz-Straße 1
A–5020 Salzburg
Martin.Kaltenbacher@sbg.ac.at

Mag. Dr. Melanie Anna Kerschner
Johannes Kepler Universität Linz
Zentrum für Fachsprachen und Interkulturelle Kommunikation
Altenberger Straße 69
A-4040 Linz
melanie.kerschner@jku.at

Prof. Dr. Hartmut Lenk
Humanistische Fakultät
Abteilung Sprachen / Germanistik
Pf. 24 (Unioninkatu 40)
FI–00014 Universität Helsinki
Hartmut.Lenk@helsinki.fi

Prof. Dr. Heinz-Helmut Lüger
Zeppelinstraße 45
D–76887 Bad Bergzabern
heinz-helmut.lueger@t-online.de

Prof. Dr. Agnieszka Mac
Universität Rzeszów
Humanistische Fakultät
Lehrstuhl für Angewandte Linguistik
Al. mjr. W. Kopisto 2 B
PL–35-315 Rzeszów
agmac@univ.rzeszow.pl

Prof. Dr. Anita Malmqvist
Universität Umeå
Institutionen för språkstudier/ Tyska
SE–901 87 Umeå
anita.malmqvist@umu.se

Dr. Mikaela Petkova-Kessanlis, M.A.
St.-Kliment-Ochridski-Universität Sofia
Institut für Germanistik und Skandinavistik
Tzar-Osvoboditel-Boulevard 15
BG–1504 Sofia
petkovakes@uni-sofia.bg
mikaela.petkova@gmail.com

Dr. Edmund Schalkowski
Akademie für Journalistenausbildung
Zum Schloss Oberwerries
D–59073 Hamm/Westf.
e.schalkowski@t-online.de

Prof. Dr. Mariann Skog-Södersved
Universität Vaasa/JYU
Pf 700
FI-65101 Vaasa
mariann.skog-sodersved@uwasa.fi

Dr. Iwona Szwed
Universität Rzeszów
Humanistische Fakultät
Lehrstuhl für Angewandte Linguistik
Al. mjr. W. Kopisto 2 B
PL–35-315 Rzeszów
iwonaszwed@szwed.pl